

**PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP PENINGKATAN DAYA
SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BINAAN
DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
DI LAPANGAN PANCASILA KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana (**S.E**) pada
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institu Agama Islam Negeri Palopo

Oleh

Baso .N
15.0401.0136

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PALOPO
2019**

**PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP PENINGKATAN DAYA
SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BINAAN
DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
DI LAPANGAN PANCASILA KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana (**S.E**) pada
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institu Agama Islam Negeri Palopo

Oleh

**Baso .N
15.0401.0136**

Dibimbing Oleh

**Dr. Rahmawati, M.Ag
Dr. Fasiha, M.E.I**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PALOPO
2019**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo**” yang di tulis oleh **Baso. N**, dengan **NIM 15 0401 0136** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunaqasyahkan* pada hari Rabu **28 Agustus 2019 M** bertepatan dengan **27 Dzulhijjah 1440 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 7 Oktober 2019 M
8 Safar 1441 H

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.	Ketua Sidang	(.....)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, MA.	Sekretaris Sidang	(.....)
3. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si	Penguji I	(.....)
4. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.	Penguji II	(.....)
5. Dr. Rahmawati, M.Ag.	Pembimbing I	(.....)
6. Dr. Fasiha, M.E.I.	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP 19610208 199403 2 001



Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, M.E.I.
NIP 19810213 200604 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama : Baso .N

Nim : 15 0401 0136

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya dan segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari ternyata saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 14 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Baso .N

NIM 15 0401 0136

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 14 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu' Alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Baso .N

NIM : 15.0401.0136

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu' Alaikum Wr. Wb.

Penguji I



Dr. Mahadin Shaleh, M., Si
NIP.19561217 198303 1 011

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 14 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu' Alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Baso .N

NIM : 15.0401.0136

Jurusan : Ekonomi Syariah


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu' Alaikum Wr. Wb.

Penguji II


Muzayyana Jabani, ST., MM.
NIP. 19750104 200501 2 003

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi dengan judul: **Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.** Yang ditulis oleh:

Nama : Baso .N
Nim : 15.0401.0136
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

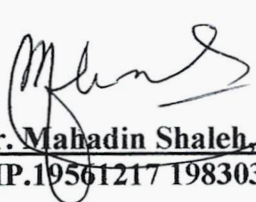
Disetujui untuk diajukan pada Ujian Munaqasyah


Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 14 Agustus 2019

Penguji I

Penguji II


Dr. Mahadin Shaleh, M., Si
NIP.19561217 198303 1 011


Muzayyana Jabani, ST., MM.
NIP. 19750104 200501 2 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 14 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu' Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Baso .N

NIM : 15.0401.0136

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu' Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Rahmawati, M.Ag

NIP. 19730211 200003 2 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 14 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu' Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Baso .N

NIM : 15.0401.0136

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu' Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing II



Dr. Fasiha, M.E.I
NIP. 19810213 200604 2 002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul: **Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.** Yang ditulis oleh:

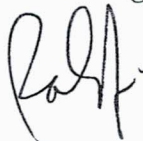
Nama : Baso .N
Nim : 15.0401.0136
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan pada Ujian Munaqasyah :

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 14 Agustus 2019

Pembimbing I



Dr. Rahmawati, M.Ag
NIP. 19730211 200003 2 003

Pembimbing II



Dr. Fasiha, M.E.I
NIP. 19810213 200604 2 002

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى

آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan Syukur ke hadirat Allah swt. Atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo”** dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Salawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. Keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah swt. Sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-sedalamnya kepada orang tua tercinta, Ibunda Mashura dan Ayahanda Nurwi yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah awt. Memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putranya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadder tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor Bidang Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar S.E., M.M dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Rahmlah Makkulasse, M.M. Wakil Dekan Bidang Akaedmik, Muhammad Ruslan Abdullah. S.E.I., M.A. Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Perlengkapan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Dr. Takdir, S.H., M.H. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.E.I. Sekertaris Prodi Ekonomi Syariah Abdul Kadir

Arno S.E,Sy., M.Si.yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Dosen Pembimbing I, Dr. Rahmawati, M.Ag. dan Dosen Pembimbing II, Dr. Fasiha, M.E.I yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini yang telah memberikan arahan dan koreksian kepada peneliti guna menyempurnakan skripsi ini.
4. Dosen Penguji I, Dr. Mahadin Shaleh M.Si dan Dosen Penguji II, Muzayyanah Jabani, ST., MM. yang telah memberikan arahan dan koreksian kepada peneliti guna menyempurnakan skripsi ini.
5. Bapak Ibu Dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan Agama Islam.
6. Kepala Perpustakaan dan segenap Karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi.
7. Kepada saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang belum disebutkan oleh penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat Kaci-Kaci (Hasbarul, Sukran, Hartono ahmad, Muh. Jisal, Muhammad Ma'ruf Musrajab Abdullah, Muhammad Fadli, Triani M, Misrawati, Miftahul Jannah, Puput Kusmawati, Marhayani, Nafa, Dahlia, Wildayanti) yang senantiasa menjaga kekompakan, persaudaraan, dan telah rela mengorbankan

tenaga, pikiran, dan waaktunya untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan 2015 (khususnya di kelas Ekis D), yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
10. Keluarga Besar Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI) Sharia Economic Association (SEA), Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FoSSEI) Sulawesi Selatan dan Papua, beserta Ka-FoSSEI Institut Agama Islam Negeri Palopo Yang telah mendoakan sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan.
11. Terima kasih kepada teman-teman saudara (i) KKN AngkatanXXXIV tahun 2018, terutama posko Desa Sidoaraharjo telah banyak memberikan motivasi kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Kak Rahim Marzuki, S.E dan Kak Erwin, S.E yang telah banyak membantu dalam penyusunan pembuatan skripsi ini, terim kasih atas kesabarannya dalam membimbing hingga terselesaikannya skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. Serta diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem sekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai

ibadah di sisi Allah swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di Sisi-Nya Amin.

Palopo, 14 Agustus 2019

Baso .N

NIM: 15.0401.0136

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMANN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
NOTA DINAS PENGUJI	iv
PERSETUJUAN PENGUJI	vi
NOTA DINAS PEMBIMBING	vii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL	xvi
ABSTRAK	xvii
PRAKATA	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Hipotesis	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Definisi Operasional Variabel	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
B. Kajian Pustaka	15
1. Kreativitas	15
2. Daya Saing	26
3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah	29
C. Kerangka Pikir	42

BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
C. Sumber Data	43
D. Populasi dan Sampel	44
E. Teknik Pengumpulan Data	46
1. Observasi	46
2. Kuesioner	46
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	46
1. Skala Pengukuran Instrumen	48
2. Uji Kualitas Instrumen	48
3. Uji Asumsi Klasik	53
4. Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Deskripsi Subjek Penelitian	55
1. Gambaran Lokasi Penelitian	55
2. Luas Wilayah	55
B. Hasil Penelitian	56
1. Uji Asumsi Klasik	56
2. Uji Hipotesis	60
C. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Kriteria UMKM.....	4
Tabel 1.2 Data Jumlah UMKM Kota Palopo dari Tahun 2014-2018.....	5
Tabel 1.3 Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel 2.1 Karakteristik-karakteristik Utama UMI, UK dan UM di NSB.....	32
Tabel 2.2 Kriteria UMKM.....	36
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	52
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Linearitas.....	58
Tabel 4.4 Analisis Regresi Sederhana.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji-R).....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Signifikan Individual (Uji-T).....	61

ABSTRAK

Nama : Baso .N
NIM : 15.0401.0136
Judul : Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Lapangan Pancasila di Kota Palopo.

Usaha Mikro Kecil dan menengah merupakan alat perjuangan nasional untuk menumbuhkembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional. Namun permasalahan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti ditemukan bahwa kurangnya kreativitas dalam berwirausaha yang menyebabkan kemampuan suatu usaha tidak mampu bertahan dalam dunia usaha yang disebabkan kurangnya daya saing para pelaku usaha binaan dinas pariwisata dan ekonomi kreatif di Lapangan Pancasila. Adapun tujuan dalam penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Lapangan Pancasila di Kota Palopo.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, kepada responden. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu purposive sampling. Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan menggunakan *SPSS Versi 22*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kreativitas terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 3,726 dan T_{tabel} sebesar 2,0003 atau $3,726 > 2,0003$ dan nilai signifikan kreativitas sebesar $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Artinya kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah.

Implikasi dari penelitian ini yaitu dengan merujuk pada hasil penelitian ini, para pelaku usaha yang ada di Lapangan Pancasila sebaiknya meningkatkan kreativitas dengan terus menerus melakukan inovasi pada produk usahanya guna meningkatkan daya saing usahanya.

Kata Kunci : Kreativitas, Daya Saing, Usaha Mikro Kecil dan Menengah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

UMKM bertujuan menumbuh kembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Hal ini mengandung makna, bahwa UMKM merupakan alat perjuangan nasional untuk menumbuhkan dan membangun perekonomian nasional dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan potensi yang dimiliki atas dasar keadilan bagi semua pelaku UMKM yang ikut berkontribusi dalam membangun perekonomian nasional.

Berdasarkan hasil pendataan Badan Pusat Statistik, jumlah UMK dan UMB di Indonesia tahun 2016 berjumlah 26.422.256, dan jumlah tenaga kerja baik UMK dan UMB menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja di Indonesia, berjumlah 78.673.286.¹ hal ini menunjukkan bahwa UMKM sangat memiliki peran dan kontribusi yang sangat besar terhadap kesempatan kerja dan pendapatan bagi masyarakat, hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa UMKM saat ini sangat penting dalam menjadi motor pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus penggerak yang sangat krusial bagi komunitas lokal khususnya di Kota Palopo.²

Namun peran UMKM tersebut belum cukup memadai untuk mendorong pertumbuhan perekonomian nasional dan peningkatan pendapatan masyarakat

¹BPS. *Sensus Ekonomi 2016*, (Online), (<https://se2016.bps.go.id/umkumb/index.php>), diakses Senin, 11 Februari 2019).

² Rahmawati dkk, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: ekuilibra, 2016) h.77.

yang lebih tinggi. UMKM masih banyak mengalami kendala yang berkaitan dengan peningkatan daya saing yang menyebabkan keterbatasan akses kepada sumber daya yang lebih produktif (modal, bahan baku, informasi, pengetahuan, keterampilan dan teknologi), serta tingginya biaya transaksi.³ Kendala tersebut menyebabkan UMKM yang masih di dominasi oleh usaha mikro sulit untuk mengalami peningkatan atau tumbuh menjadi usaha yang lebih besar, atau mampu bertahan dengan usaha yang lebih produktif yang berkelanjutan.

Para pelaku UMKM dipacu pada peningkatan daya saing agar dapat memproduksi dan menjual produk yang dapat menarik minat konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut pelaku usaha harus berpikir dan menciptakan inovasi atau kreativitas dalam membuat strategi untuk meningkatkan daya saing usahanya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh B Lena Nuryanti S dan Jajang Nurjaman bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang cukup besar pada inovasi yang dilakukan para pemilik usaha untuk kemajuan usahanya.⁴ Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas sangat perlu di pertahankan oleh para pelaku usaha dalam hal peningkatan daya saing yang lebih terarah dan juga akan memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha, salah satunya mampu bertahan dalam persaingan yang semakin meningkat.

Studi yang dilakukan oleh International Labour Organization berikut yang dikemukakan oleh Sethuraman dalam Sriyana, dianalisis bahwa aktivitas UKM tidak

³ Marsiana Luciana dan B. Elnath Aldi, “*Analisis Daya Saing Industri Kreatif*”. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, Vol. 9, No. 1, April 2018, h.2

⁴ B Lena Nuryanti S dan Jajang Nurjaman, “*Pengaruh Kreativitas Terhadap Daya Saing Usaha*” Jurnal Ad Bis Preneur, Vol. 2 No. 3 2017 h. 255

terbatas untuk bekerja pada pekerjaan tertentu, tetapi meliputi berbagai kegiatan ekonomi diantaranya: mudah untuk masuk, bergantung pada sumber daya lokal, perusahaan milik individu, kegiatan yang dilaksanakan dalam skala kecil, teknologinya bersifat adaptif dan padat karya, keterampilan dapat diperoleh dari luar sistem sekolah yang terpercaya, dan tidak secara langsung diekspos oleh regulasi dan pasar kompetitif. Studi yang dilakukan ILO ini menyebutkan sektor UKM memiliki ciri: ukuran usaha kecil, kepemilikan keluarga, terus menerus dalam mengerjakan sesuatu hingga memperoleh hasil yang optimal, tanpa promosi, status usaha pribadi, dan tidak ada hambatan untuk masuk.⁵

Adapun kriteria UMKM menurut UU No. 20 tahun 2008 di golongan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha berikut rincian tabel dibawah ini.

Tabel 1.1

Kriteria UMKM

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1.	Usaha Mikro.	Maks 50 juta.	Maks 300 juta.
2.	Usaha Kecil.	>50 juta - 500 juta.	>300 juta - 2,5 Miliar..
3.	Usaha Menengah.	>500 juta - 10 Miliar.	>2,5 miliar - 50 Miliar.

Sumber: Kementrian Koperasi dan UKM, 2012.

⁵International Labour Organization(ILO), dikemukakan Sethuraman, dikemukakan Sriyana, dalam jurnal, Mohamad Nur Utomo, “ *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan* “. Jurnal organisasi dan manajemen, Vol. 13, No. 2 (September 2017) h. 100.

Berdasarkan dari rincian tabel diatas bahwa UMKM dibedakan berdasarkan kriteria dimana kategori Usaha Mikro jumlah aset yang dimiliki maksimal 50 juta dan omset yang didapatkan maksimal 300 juta, kategori Usaha Kecil jumlah aset yang dimiliki diatas 50 juta sampai 500 juta dan jumlah omset yang didapatkan diatas 300 juta sampai 2,5 Miliar, sedangkan kategori Usaha Menengah jumlah aset yang dimiliki diatas 500 juta hingga 10 Miliar dan jumlah omset yang didapatkan diatas 2,5 miliar hingga 50 miliar.⁶

Di Kota Palopo UMKM memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Kota Palopo. UMKM menjadi mayoritas mata pencaharian masyarakat kota Palopo. Perkembangan UMKM di Kota Palopo berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan sangat produktif dalam menghasilkan tenaga kerja baru dan juga dapat menambah jumlah unit usaha baru yang mendukung pendapatan rumah tangga masyarakat Kota Palopo. Berikut ini tabel perkembangan UMKM di Kota Palopo.

Tabel 1.2

Data Jumlah UMKM Kota Palopo dari Tahun 2014 -2018

Tahun	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah unit Usaha (UMKM)
2014	3.248	1.318	57	4.623
2015	3.537	1.341	57	4.935

⁶ Rahmawati dkk, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: Ekuilibra, 2016) h. 74.

2016	4.450	1.864	59	6.373
2017	4.642	1.919	59	6.620
2018	4.667	1.903	57	6.650

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo

Dari data diatas dapat dilihat adanya pertumbuhan, penurunan dan bahkan stagnasi pada UMKM Kota Palopo. Untuk Usaha Mikro setiap tahunnya mengalami peningkatan dan tentunya seiring dengan peningkatan ini tidak menutup kemungkinan ada jenis usaha yang sejenis, hal ini tentunya akan menimbulkan persaingan kompetitif diantara pengusaha itu sendiri.

Dewasa ini, UMKM diwarnai dengan gelombang ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang digerakan oleh industri kreatif dengan mengutamakan peran kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh pelaku usaha, yakni seorang yang mampu bersaing dalam kondisi apapun. sektor industri kreatif diharapkan mampu bertahan ketika sektor lain dilanda berbagai krisis keuangan global. kreativitas tidak dapat terpisahkan dengan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif juga dapat dikatakan sebagai sistem transaksi dan penawaran yang berawal dari kegiatan yang digerakkan oleh industri kreatif yang berfokus dalam menciptakan produk barang ataupun jasa dengan mengandalkan kreativitas dan keahlian khusus dalam meningkatkan kekayaan pengetahuan sehingga dapat meningkatkan daya saing sebagai pelaku usaha yang mampu bertahan dalam persaingan pasar.

Penjelasan Alquran mengenai anjuran dalam mencari karunia Allah (usaha mikro kecil dan menengah) dijelaskan dalam QS. Al-Jumu'ah (62) Ayat 10:

وَنَلْعَلَّكُمْ كَثِيرًا ۖ وَأَذْكُرُوا اللَّهَ فَضَّلَ مِنْ وَابْتَغُوا الْأَرْضَ فِي فَأَنْتَشِرُوا الصَّلَاةَ قُضِيَتْ فَإِذَا تَفْلَحَ

Terjemahannya:

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah': 10).⁷

Ayat ini memberikan penjelasan kepada kita bahwa pentingnya mencari karunia Allah, karunia Allah disini dapat didapatkan dengan cara bermuamalah atau membuat Usaha, dan ingatlah Allah banyak-banyak disini supaya kamu beruntung, dapat diartikan sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Hal ini dilakukan sebagai bentuk penyerahan diri kepada Allah, agar segala aktifitas yang dilakukan dalam bermuamalah dapat memberikan keberkahan dan ridoh dari Allah SWT.

Adapun permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM khususnya di Kota Palopo saat ini yaitu kurangnya kreativitas dalam berwirausaha yang menyebabkan kemampuan suatu usaha tidak mampu bertahan dalam dunia usaha yang menimbulkan kurangnya daya saing para pelaku usaha binaan dinas pariwisata dan ekonomi kreatif di Lapangan Pancasila. Binaan disini dimaksud binaan secara tidak langsung dimana dinas pariwisata dan ekonomi kreatif tidak rutin dalam melakukan pembinaan atau dalam kata lain hanya dalam bentuk

⁷Kementrian Agama RI, “ *Alquran dan Terjemahnya*”. (Jakarta : CV. Pustaka Agung Harapan, 2006), h.809

pendataan. Dimana para pelaku tidak mampu bersaing karena kurangnya kreativitas, Kondisi ini menyebabkan tingkat pendapatan UMKM tidak stabil dan pelaku usaha tidak mampu bertahan dalam persaingan dunia usaha, sehingga usaha yang masuk dalam kriteria mikro, sulit berkembang menjadi usaha kecil ataupun menengah, padahal UMKM bertujuan untuk mendongkrak perekonomian nasional khususnya di Kota Palopo.

Dengan permasalahan yang ada diatas diharapkan para pelaku usaha memiliki kreativitas untuk dapat meningkatkan daya saing, khususnya persaingan yang sehat dengan pelaku usaha lainnya, sehingga pertumbuhan UMKM yang ada di Kota Palopo tetap stabil serta mampu meningkatkan perekonomian melalui kreativitas dan inovasi produk yang diciptakan.

Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo digunakan dalam penelitian ini karena kreativitas UMKM yang dijalankan oleh pelaku usaha yang sudah dianggap mampu berpikir kreatif dan inovatif betul-betul dianggap mampu meningkatkan daya saing sehingga dapat mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi dan mengembangkan sumber daya alam yang ada di Kota Palopo, berbekal pada ilmu pengetahuan serta kreativitas diharapkan mampu meningkatkan daya saing. pengembangan kreativitas merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta dapat memberikan dampak yang positif. Kreativitas Pelaku UMKM juga diharapkan dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha dan mendongkrak perekonomian serta memberikan gambaran positif tentang ciri khas budaya lokal Kota Palopo. Oleh sebab itu penulis mengambil

judul “ **Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.**“

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diajukan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kreativitas terhadap peningkatan daya saing UMKM Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

C. Hipotesis

Hipotesis penelitian yang dimaksud oleh penulis adalah ***Terdapat Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.*** Dari hipotesis ini maka penulis ini mengajukan hipotesis operasional sebagai berikut:

H_0 : Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap peningkatan daya saing UMKM Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

H_1 : Tidak terdapat pengaruh Kreativitas terhadap peningkatan daya saing UMKM Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang ada di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan
- b. Diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan khasanah keilmuan khususnya bidang ekonomi syariah.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat Menyelesaikan kendala apa saja yang terjadi dalam meningkatkan daya saing bagi pelaku UMKM yang ada di Kota Palopo khususnya pelaku usaha yang ada di lapangan pancasila.
- d. Diharapkan penelitian ini memberikan pengetahuan tambahan tentang kreativitas dalam berwirausaha bagi pelaku UMKM di lapangan pancasila

2. Manfaat praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai rujukan bagi masyarakat dalam melakukan penelitian ataupun penerapan di lapangan.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pelaku usaha mengenai kreativitas dalam meningkatkan pendapatan UMKM
- c. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan bagi pelaku UMKM.

F. Definisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah tujuan dari pembahasan judul, penelitian ini perlu diperjelas beberapa istilah dalam tabel berikut.

Tabel 1.3

Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Dimensi/indikator
1.	Kreativitas (X)	Merupakan suatu hasil pemikiran yang dapat menghasilkan ide yang baru atau berbeda yang belum terpikirkan atau digunakan oleh orang lain serta mampu menghasilkan sesuatu yang lebih baik.	1. Nilai Intelektual dan Artistik 2. Minat Akan Kompleksitas 3. Kepedulian Mencapai Keunggulan 4. Ketekunan 5. Pemikiran mandiri 6. Toleransi terhadap keraguan 7. Otonomi/ketidak Bergantungan

			pada orang lain 8. Kepercayaan diri ⁸
2.	Daya Saing (Y)	kemampuan pelaku usaha dalam bersaing dan mampu bertahan dengan segala persaingan yang ada serta dapat meningkatkan pendapatan dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki.	1. Inovasi 2. Lingkungan Bisnis 3. Teknologi ⁹

⁸ Deden A. Wahab Sya'roni dan Janivita J. Sudirham, "*Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil*". Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 11, No. 1, 2012 h. 55

⁹ World Economic Forum dalam Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* (Cet.1, Bandung : Refika Aditama, 2016) h. 99

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian yang dimaksud yakni untuk mendapatkan posisi penelitian ini kaitannya dengan penelitian yang sama dan pernah diteliti oleh kalangan akademis. Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti akan mengadakan penelitian, maka langkah awal yang peneliti tempuh yakni mengkaji lebih dahulu untuk mendapatkan bahan perbandingan dan evaluasi. guna menghindari kesamaan objek penelitian dan untuk menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada. Maka dalam tinjauan peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu :

Bunga Aditi dan Hermansyur (2017) dalam jurnal, dengan judul penelitian “ *Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan* “. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel inovasi dan kreativitas UMKM secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, sebaiknya UMKM di kota medan harus lebih berinovasi, dan berkreaitivitas dalam menghadapi persaingan UMKM.¹ Adapun kesamaan dengan penelitian ini yaitu 1). keduanya meneliti tentang UMKM 2) adanya kesamaan pada salah satu variabel bebas/independen yakni kreativitas. Perbedaannya yaitu 1). objek penelitiannya dimana peneliti berfokus pada UMKM Kota Palopo sedangkan penelitian bunga Aditi dan

¹Bunga Aditi dan Hermansyur, “*Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan*”. Jurnal manajemen tools. Vol. 7, No.1, 2017 h. 1.

Hermansyur berfokus pada UMKM Kota Medan dan 2). teknik analisis data peneliti menggunakan teknik analisis regresi sederhana sedangkan penelitian Bunga Aditi dan Hermansyur teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Lena Nuryanti dan Jajang Nurjaman (2017) dalam jurnal, dengan judul penelitian “ *pengaruh kreativitas terhadap daya saing usaha* “. Hasil dari temuan dari penelitian ini yang menyebutkan bahwa kreativitas sangat berpengaruh terhadap inovasi yang dilakukan para pemilik usaha untuk kemajuan usahanya. Inovasi juga memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan keuntungan pengusaha, salah satunya meningkatkan kemampuan daya saing yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi perusahaan, struktur dan persaingan, kondisi faktor produksi, kondisi permintaan, dan industri terkait menjadi alat untuk menentukan daya saing. Orisionalitas pada penelitian ini, menjelaskan tentang kreativitas yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat membangun integritas dan meningkatkan inovasi yang dilakukan pelaku UMKM, perusahaan juga dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM.² persamaanya dengan penelitian ini yaitu 1). Menggunakan analisis regresi sederhana 2). Kesamaan dalam variabel. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. Dimana objek dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha kuliner di lapangan pancasila, sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh Lena Nuryanti dan Jajang Nurjaman merupakan usaha Industri Rajut Binong Jati Bandung.

²Lena Nuryanti dan Jajang Nurjaman, “*pengaruh kreativitas terhadap daya saing usaha*“. Jurnal Ad Bis Prenuer. Vol. 2, No. 3, 2017 h. 255.

Dedi Purwana, dkk, (2017) dalam jurnal, dengan judul penelitian “*pengaruh pelatihan dan kreativitas terhadap pengembangan usaha pada usaha kecil dan menengah di perkampungan industri kecil pulogadung Jakarta timur* “. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) pelatihan memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap pengembangan bisnis; 2) kreativitas memiliki dampak yang signifikan terhadap pengembangan bisnis; 3) pelatihan dan kreativitas berdampak signifikan terhadap perkembangan bisnis secara simultan.³ Kesamaan dengan peneliti yaitu 1). keduanya meneliti tentang UMKM; 2). Kesamaan pada salah satu variabel bebas/independen yaitu kreativitas. perbedaannya yaitu 1). terletak pada objek penelitiannya; 2). teknik analisis data peneliti yaitu regresi sederhana sedangkan penelitian Dedi Purwana, dkk, menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Mohammad Adrian dan Dr. Hendarti Dwi Mulyaningsih, SE., MM (2017) dalam jurnal, dengan judul penelitian “*Pengaruh Pendampingan Usaha Terhadap Kinerja UMKM* “. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendampingan usaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM peserta program PUSPA 2016.⁴ Kesamaan dengan penelitian ini yaitu keduanya meneliti mengenai UMKM. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. Peneliti berfokus pada UMKM Kota Palopo sedangkan penelitian Mohammad Adrian dan Dr. Hendarti Dwi Mulyaningsih, SE., MM berfokus pada pelaku UMKM peserta program

³Dedi Purwana, dkk, “*pengaruh pelatihan dan kreativitas terhadap pengembangan usaha pada usaha kecil dan menengah di perkampungan industri kecil pulogadung Jakarta timur* “. Jurnal ilmiah econosains. Vol.15 No. 1, 2017 h. 72.

⁴Mohammad Adrian dan Dr. Hendarti Dwi Mulyaningsih, SE., MM “*Pengaruh Pendampingan Usaha Terhadap Kinerja UMKM* “. Jurnal e-proceeding of management. Vol. 4 No. 1. 2017 h. 915

PUSPA 2016 yang diselenggarakan oleh bank Indonesia. Selain itu perbedaanya juga terletak pada variabel independen dimana dalam penelitian ini variabel independennya mengenai pendampingan.

B. Kajian Pustaka

1. Kreativitas

kreativitas muncul apabila seseorang berkata, melakukan sesuatu yang baru, baik dalam pengertian sesuatu dari yang tidak ada maupun dalam pengertian memberikan sesuatu karakter baru terhadap sesuatu yang ada sehingga menjadi sesuatu yang baru dan istimewa.

a. Pengertian Kreativitas

Secara etimologi, kata kreativitas yang dalam bahasa inggris “*creativity*” asal mulanya diambil dari bahasa latin, yaitu “*creo*” yang artinya “menciptakan atau membuat”. Dalam bahasa inggris kata “*create*” muncul pada abad ke-14.

Kreativitas adalah keterampilan untuk menentukan pertalian baru, melihat subjek dari perspektif baru, dan membentuk kombinasi-kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah tercetak dalam pikiran. Setiap kreasi merupakan sebuah kombinasi baru dari ide-ide, produksi-produksi, warna-warna, tekstur-tekstur, produksi baru yang inovatif, seni, dan literatur, semua itu memuaskan kebutuhan manusia.⁵ Membuat sesuatu yang bervariasi yang ditanamkan dengan nilai seni berdasarkan literatur merupakan salah satu cara dalam menarik konsumen dan tetap konsisten terhadap produk yang digunakan masyarakat.

⁵ James R. Evans, *Berpikir Kreatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994) h.1

Menurut Zimmerer kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang.⁶ Kemampuan untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang didasari sifat kreatif dari pengelolaannya. Tindakan yang ditempuh oleh orang-orang kreatif adalah menciptakan gagasan baru dan menemukan cara-cara baru dalam menyikapi permasalahan dan peluang yang ada. Apabila pemikiran-pemikiran yang kreatif tadi diterapkan dalam aktivitas bisnisnya maka akan menghasilkan inovasi.

Definisi lain yang terkait dengan kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran manusia untuk berpikir secara lebih bebas dalam membangkitkan ide-ide atau gagasan baru dalam menghasilkan inovasi yang bermanfaat.⁷ Hal ini harus dimiliki oleh para pelaku usaha karena memikirkan setiap ide dapat dilakukan jika para pelaku usaha tidak menanamkan ketakutan pada diri sendiri ketika akan memulai atau mewujudkan ide yang telah dibuat.

Menurut Munandar, kreativitas dapat diartikan sebagai suatu kemampuan umum untuk menciptakan suatu yang baru atau kemampuan untuk memberikan gagasan baru, yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah atau

⁶Zimmerer (1996) dalam Rahmawati dkk, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: Ekuilibra, 2016) h. 44

⁷Hubeis (2005) dalam Bunga Aditia, S.E., M.Si dan H.M. Hermansyur, S.E., M.Si, "Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan", *Jurnal Manajemen Tools*. Vol. 7 No. 1 2017 h. 3

sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan baru antara unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya.⁸

Menurut Howkins, Kreativitas muncul apabila seseorang berkata, mengerjakan, dan membuat sesuatu yang baru baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan karakter baru pada sesuatu (orang yang kreatif, sering disebut “*creator*”, yaitu setiap orang yang menciptakan atau menemukan sesuatu yang baru.

Definisi yang hampir sama dikemukakan oleh UNCTAD dan UNDP, bahwa kreativitas sebagai proses di mana ide-ide di hasilkan, terinterelasi, dan ditransformasikan ke dalam sesuatu yang bernilai.⁹ Sangat penting dalam sebuah usaha, dimana ide-ide yang telah dihasilkan dapat ditransformasikan sehingga dapat menambah nilai suatu produk .

Diperlukan cara berpikir kreatif untuk melahirkan kreativitas. Kreativitas bias muncul kapan saja, misalnya ketika orang berpikir, mengkhayal (*dreams*), menggagas, berimajinasi, dan bahkan seringkali muncul ketika bangun tidur, ketika berjalan santai, ketika menulis sesuatu atau menemukan sesuatu, baik digunakan maupun tidak. Agar kreativitas menghasilkan sesuatu (produk kreatif) yang baru dan bernilai secara ekonomis, maka tidak cukup hanya dengan berpikir dan berkata, tetapi harus berbuat atau melakukan sesuatu sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Misalnya, menggagas untuk menggali, menemukan, dan mengembangkan barang atau jasa baru yang belum pernah ada

⁸ Munandar (2012) dalam Budiman Mahmud Musthofa, “ *Transformasi Usaha Kecil Menengah Berbasis Kreativitas Seni Tradisi: Studi Kasus Saung Angklung Udjo di Bandung, Jawa Barat*”, Jurnal Pendidikan Sains Sosial dan Kemanusiaan. Vol. 10 No. 1 2017 h. 60

⁹UNCTAD dan UNDP (2008) dalam Suryana, *Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2013) h. 21

sebelumnya (*original*), atau menambah sifat dan karakteristik barang yang sudah ada sebelumnya sehingga melahirkan keistimewaan (*feature*) baru.

b. Macam-macam Kreativitas dan karakteristiknya

Menurut UNDP dan UNCTAD, dilihat dari sisi usaha manusia, ada beberapa karakteristik kreativitas sebagai berikut:

1) Kreativitas artistik (*Artistic Creativity*)

Kreativitas artistik berkenaan dengan kemampuan dan imajinasi untuk menghasilkan ide-ide baru (*original*) dan cara-cara baru tentang menginterpretasikan sesuatu (dunia), kemudian diekspresikan dalam bentuk suara, teks, dan imajinasi. Kreativitas artistik dilakukan oleh seniman dalam bentuk karya seni, baik berupa seni drama, seni patung, seni rupa, seni tari, seni foto, seni lukis, maupun seni suara. Peranan kreativitas selain dapat menciptakan kesempatan kerja, menciptakan pendapatan, mendorong ekspor, dan menambah devisa juga dapat mendorong pariwisata nasional maupun di daerah-daerah yang memiliki potensi dan juga mendapat citra yang baik bagi negeri ini.

2) Kreativitas ilmu pengetahuan (*scientific creatifity*)

Kreativitas ilmu pengetahuan berhubungan dengan keingintahuan (*curiosity*) dan kemauan untuk melakukan uji coba (*experiment*) dan membuat hubungan-hubungan baru dalam pemecahan masalah. Beberapa kegiatan kreativitas ilmu pengetahuan diantaranya penelitian dan uji coba yang dilakukan oleh perusahaan pada bagian penelitian dan pengembangan. Kreativitas ilmu pengetahuan menghasilkan cara baru dalam pemecahan masalah atau

menemukan sesuatu yang berbeda. Kreativitas ilmu pengetahuan berperan dalam menghasilkan gagasan-gagasan baru, ide-ide baru dalam bentuk kekayaan intelektual seperti desain, hak cipta, hak paten, dan royalty.

3) Kreativitas ekonomi (*economic creativity*)

Kreativitas ekonomi merupakan suatu proses dinamis yang memegang peranan penting ke arah inovasi teknologi, pemasaran, praktik bisnis, dan lain sebagainya untuk meraih keunggulan bersaing dalam ekonomi.¹⁰

Dari definisi tersebut, kreativitas ekonomi merupakan usaha untuk menemukan dan menerapkan cara-cara baru atau teknik baru, seperti menciptakan sesuatu yang baru, teknik produksi, strategi pemasaran baru, teknik pemasaran baru, dan cara membangun relasi baru. Setiap kegiatan ekonomi mulai dari bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga barang sampai pada tangan konsumen yang diterapkan pada cara-cara baru disebut kreativitas ekonomi.

Semua usaha kreativitas ekonomi dimaksudkan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing. Oleh sebab itu, peningkatan nilai tambah dan daya saing pada hakikatnya dapat dilakukan pada setiap usaha, rantai nilai, atau proses bisnis, yaitu melalui perubahan karakter atau suatu proses pada produk yang bersifat komersial.

Pada ketiga jenis karakteristik kreativitas tersebut, sudah termasuk konsep kreativitas teknologi, yaitu cara atau metode baru yang lebih efisien dan produktif dalam menghasilkan nilai tambah. Yang artinya baik pada kreativitas artistik maupun pada kreativitas ekonomi diperlukan kreativitas teknologi. Dalam

¹⁰ UNCTAD dan UNDP (2008) dalam Suryana, *Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2013) h. 27

keaktivitas artistik perlu cara baru yang lebih produktif dan efisien, sehingga dapat menghasilkan nilai tambah. Misalnya, untuk menghasilkan karya pertunjukan yang bernilai diperlukan teknik panggung yang lebih menarik. Demikian pula untuk mewujudkan gagasan-gagasan atau ide-ide baru dan metode pemecahan baru, sangat diperlukan peran teknologi.

Kreativitas ekonomi dapat dilakukan dengan cara mengubah dan menciptakan karakter produk untuk menciptakan nilai tambah baru. Banyak cara untuk melakukan perubahan karakter suatu produk, misalnya dengan mengubah, mengembangkan, mengombinasikan, dan mentransformasikan, seperti *input*, proses, teknik, metode, penyajian, pelayanan, pemasaran, dan seterusnya bahkan hingga barang atau jasa tersebut sampai pada tangan konsumen. Untuk menciptakan nilai tambah pada barang atau jasa yang sudah sampai ditangan konsumen, banyak cara atau usaha yang kreatif dapat dilakukan, misalnya perawatan dan pemeliharaan, perbaikan, asuransi dan lainnya. Pada hakikatnya, setiap tahapan kegiatan atau aktivitas ekonomi memiliki nilai yang dapat menciptakan nilai tambah dan pendapatan baru.

Menurut Rhodes, kreativitas dibagi menjadi empat bagian yang dikenal sebagai “*the four P’s creativity*” keempat P tersebut diantaranya :

1) *Person*

Merupakan upaya untuk menjelaskan kreativitas yang berfokus kepada individu atau perorangan yang dapat disebut kreatif.

2) *Process*

Merupakan suatu bagian yang menjelaskan kreativitas yang berfokus pada proses berpikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif.

3) *Press*

Merupakan bagian yang menekankan pada faktor press atau dorongan, baik dorongan internal diri sendiri atau berupa keinginan dan hasrat untuk menciptakan atau membuat kesibukan yang bersipat kreatif, maupun dorongan eksternal dari lingkungan social dan psikologis.

4) *Product*

Merupakan bagian yang mendefinisikan atau menjelaskan kreativitas yang berfokus pada produk atau hal yang telah dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang original/baru atau sebuah elaborasi/penggabungan yang menghasilkan produk yang inovatif.¹¹

c. Karakteristik Kreativitas yang Tidak Selalu Muncul

Menurut Howkins, ada enam karakteristik dan kreativitas yang tidak selalu muncul, tetapi hal tersebut ada disekitar kita. Berikut ada beberapa karakteristik kreativitas yang tidak selalu muncul.

1) Kreativitas merupakan elemen pokok dalam hidup (*creativity is a basic element of life*)

ini adalah formula yang sangat sederhana: untuk hidup kita harus menciptakan. Tanpa kreativitas kita tidak dapat berimajinasi, menggali, atau menemukan sesuatu. Kita tidak akan memiliki api, bahasa, dan ilmu tanpa kreativitas.

¹¹ Rhodes 1961, dalam B Lena Nuryanti S dan Jajan Nurjaman “*Pengaruh Kreativitas terhadap Daya Saing Usaha*” Jurnal AdBispreneur Vol. 2, No.3, Desember 2017 h. 257

Untuk hidup, manusia harus kreatif. Banyak ahli yang mengemukakan elemen penting seperti itu. Misalnya, Socrates mengatakan: “hidup yang tidak teruji bukan kehidupan berharga” (*the unexamined life is not worth living*). Sementara itu, Shakespeare mengatakan: “tanpa sesuatu, tidak akan mendatangkan apa pun” (*nothing will come of nothing*).

2) Kreativitas merupakan kecakapan universal (*creativity is a universal talent*)

Setiap orang memiliki kecakapan kreatif secara inheren, termasuk dorongan, bahkan memiliki kecakapan, dan terpelajar, tetapi sangat sedikit sekali orang yang mengetahui bagaimana menggalinya. Hasil riset menunjukkan bahwa secara psikologis, memoles (*make-up*) sesuatu dalam bentuk kreatifitas adalah hal yang umum, hal yang jarang adalah kemampuan dan kemauan untuk melakukannya. Setiap orang bias mengkhayal dan memiliki ide, akan tetapi sedikit orang yang dapat menghasilkan produk-produk kreatif. Hal itu sangat bergantung pada keterampilan teknik, sumber daya fisik, dan faktor lingkungan.

3) Kreativitas adalah menyenangkan (*creativity is fun*)

Kreativitas merupakan sesuatu yang menyenangkan. Kreativitas merupakan pancaran cahaya hati yang menyenangkan. Ketika kesenangan berhenti, maka orang berhenti menyenangkan sesuatu yang lain. Seseorang yang berhasil dari kreativitasnya akan merasa senang dan bangga atas keberhasilannya.

4) Perasaan bersaing (*a sense of competition*)

Orang kreatif selalu mendasarkan pada perasaannya, bahwa apa yang dihadapinya adalah pesaing. Orang kreatif merasa senang bersaing dan

bersaing dengan penuh semangat. Banyak orang kreatif menempatkan dirinya dengan standar yang tinggi. Jika mereka ingin membuat produk kreatif, orang-orang kreatif harus juga bersaing secara komersial di pasar. Sementara itu, banyak orang melakukan sesuatu untuk dirinya sendiri, untuk pekerjaannya, dan untuk kedua-duanya, tidak untuk bersaing. Dengan demikian orang yang menulis untuk dibaca sendiri (tidak dipublikasikan) adalah orang yang takut bersaing.

- 5) Kreativitas merupakan kebiasaan perseorangan (*creativity is a personality traits*)

Dibandingkan dengan rata-rata orang pada umumnya, orang kreatif cenderung bebas (*independent*), lebih perhatian pada susunan dan bentuk, memiliki pilihan pada hal-hal yang kompleks dan asimetris, cinta terhadap kepercayaan, dan kebenaran.

- 6) Kreativitas adalah kejutan (*creativity is surprising*)

Orang memiliki kejutan karena mendapat nobel dari penemuan-penemuannya. Orang memiliki kejutan karena kreatif menemukan dan menciptakan sesuatu yang bernilai, serta bermakna dalam kehidupan.¹²

Sebuah kreativitas akan muncul pada diri seseorang, jika menyadari bahwa ada kemampuan yang dia miliki, dalam hal membuat suatu yang baru, karena sebenarnya, manusia tinggal mengembangkannya saja, sebab segala sesuatunya sudah diciptakan oleh Allah SWT. Untuk menggali, menemukan, dan mengembangkan, karena manusia diberi akal dan pikiran.

¹²Howkins (2001) dalam Suryana, *Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2013) h. 134

d. Kiat-kiat pengembangan kreativitas

Beberapa kiat-kiat atau kebijakan untuk mendorong kreativitas bagi seluruh sumber daya dalam organisasi/perusahaan adalah:

- 1) Kreativitas harus dipandang sebagai suatu kebutuhan bagi perusahaan yaitu agar dapat bertahan dan berkembang kalau telah ada persepsi yang sama.
- 2) Mempunyai sikap dan toleransi terhadap keberhasilan atau kegagalan dan seorang yang tidak pernah gagal cenderung tidak kreatif.
- 3) Mendorong sikap keingin tahuan yang dapat didorong apabila pimpinan selalu bersikap “bagaimana kalau begini” atau “mungkin dapat”.
- 4) Menyikapi masalah sebagai tantangan dimana setiap masalah yang timbul dapat merupakan peluang untuk berinovasi.
- 5) Mengadakan pelatihan-pelatihan secara teratur.
- 6) Menyediakan fasilitas yang diperlukan untuk terlaksananya kegiatan yang kreatif.
- 7) Memberikan penghargaan bagi kreativitas yang dapat baik dalam bentuk uang maupun bukan uang.
- 8) Membuat model-model atau teknik-teknik pengembangan kreativitas untuk dilatihkan baik untuk perorangan maupun kelompok.¹³

e. Ciri-Ciri Sumber Daya Manusia yang Kreatif

Bagian ini memberikan penjelasan mengenai ciri-ciri sumber daya manusia kreatif menurut para ahli, seperti:

¹³ Rahmawati dkk, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: Ekuilibra, 2016), h. 45

Yuyun Wirasasmita mengemukakan mengenai ciri-ciri seorang yang kreatif sebagai berikut:

- 1) Tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini meskipun cara tersebut cukup baik.
- 2) Selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaan.
- 3) Selalu ingin tampil beda atau memanfaatkan perbedaan.

Menurut A. Dale Time mengemukakan empat sifat orang kreatif, sebagai berikut.

- 1) Kepekaan terhadap masalah

Orang yang kreatif selalu tanggap terhadap masalah yang dihadapinya dan selalu ingin menyelesaikan atau mengatasi masalah tersebut dengan segerah. Tidak menunda-nunda masalah untuk tidak diselesaikan, sebab masalah baru pasti akan muncul.

- 2) Aliran gagasan

Orang kreatif, gagasan mengalir dan apa yang dilihat dan dirasakannya memiliki keyakinan bias dilakukan perubahan-perubahan. Perubahan itu harus dilakukan secara terus menerus melalui konsep "*kaizen*", yaitu konsep perbaikan yang terus menerus dilakukan.

- 3) Keaslian (gagasan)

Orang kreatif selalu mencari suatu sesuatu yang sebelumnya belum pernah ada, baik dalam bentuk produk maupun metode dan teknologi.

- 4) Fleksibilitas

Fleksibel dalam menanggapi sesuatu dari sudut pandang yang berbeda.¹⁴

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli mengenai kreativitas peneliti menarik kesimpulan bahwa kreativitas Merupaka suatu hasil pemikiran yang dapat menghasilkan ide yang baru atau berbeda yang belum terpikirkan atau digunakan oleh orang lain serta mampu menghasilkan sesuatu yang lebih baik.

2. Daya Saing

Eksistensi UMKM terbukti mampu bertahan serta menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pada saat krisis ekonomi. Menurut Nuraini, Maharani, dan Andrianto, UMKM memerlukan strategi untuk peningkatan daya saing yang tepat dalam menghadapi kendala, tantangan, dan memanfaatkan peluang pasar.¹⁵

a. Pengertian daya saing

Daya saing merupakan suatu kemampuan perusahaan maupun industri agar mampu bersaing dan bertahan terhadap persaingan usaha yang sejenis agar dapat menghasilkan pendapat yang tinggi dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.¹⁶ Persaingan yang terjadi merupakan salah satu indikasi bahwa ada lebih dari satu perusahaan ditempat tertentu, dimana hal tersebut membuat perusahaan harus mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan sehingga mendorong untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas, meskipun banyaknya produk yang sejenis.

¹⁴ Suryana, *Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.113

¹⁵ Nuraini, Maharani, dan Andrianto (2016) dalam Winda Amilia dan Miftahul Choiron, “*Studi Kelayakan Usaha dan Daya Saing Pada Industri Tepung Tapioka Di Kecamatan Pogalan Kabupaten Terengganek*” *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, Vol. 10, No. 2, 2017 h.52

¹⁶ Doli (2011); Andrea (2010); Tambunan (2014), dalam B Lena Nuryanti S dan Jajang Nurjaman, “*Pengaruh Kreativitas Terhadap Daya Saing Usaha*” *Jurnal Ad Bis Prencur*, Vol. 2, No. 3, (Desember 2017) h.258

Menurut *council of competitiveness*, Washington DC, daya saing adalah kapasitas bangsa untuk menghadapi tantangan persaingan pasar internasional dan tetap menjaga atau meningkatkan pendapatan riil-nya.¹⁷

Telah banyak studi yang dilakukan mengenai daya saing UMKM dengan hasil yang beraneka ragam. Salah satu yang paling penting adalah hasil penelitian dari Man, Lau dan Chan mereka berusaha menganalisis tingkat daya saing UMKM dengan menyatuhkan antara konsep daya saing dan kompetensi kewirausahaan. Hasil analisisnya yaitu:

- 1) Daya saing merupakan proses yang berkelanjutan, dan bukan proses yang statis.
- 2) Model daya saing dalam konteks perusahaan atau UMKM perlu mempertimbangkan tiga dimensi daya saing, sebagaimana di konsep oleh Buckley et al yaitu potensi, proses dan kinerja.

Dimana potensi mencakup lingkup daya saing dan kemampuan berorganisasi. Sementara itu dimensi proses mencerminkan kemampuan untuk mengelola pekerjaan. Sedangkan kinerja merupakan resultan dari berbagai faktor yang membentuknya seperti karakter, perilaku, keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan. Karakter sektor, pasar dan lingkungan usaha strategis dan lain-lain.

- 3) Tingkat daya saing yang tinggi dari perusahaan yang berskala kecil dan menengah dapat dipertahankan melalui pemenuhan empat jenis kemampuan, yaitu:

¹⁷ Council of competitiveness, Washington DC, (2006), dalam Andi Suranta Meliala, Nazaruddin Matondang, Rahmi M Sari, “ *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen* “ Jurnal Optimasi Sistem Industri, Vol. 13, No. 2, 2014, h.644

- a) Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar, keuntungan dan pertumbuhan nilai tambah secara berkelanjutan (*sustainability*).
 - b) Kemampuan perusahaan untuk mengakses dan mengelola berbagai sumber daya dan kemampuannya (*controllability*).
 - c) Kemampuan strategis perusahaan untuk menilai tingkat daya saingnya dibandingkan dengan perusahaan lain (*relativity*).
 - d) Kemampuan perusahaan untuk terus menciptakan keunggulan kompetitif (*dynamism*).
- 4) Model daya saing UMKM perlu mempertimbangkan pengaruh dari aspek-aspek internal perusahaan, lingkungan eksternal dan pengusaha/pemilik usaha (proses atau perspektif perilaku pengusaha).
- 5) Mengembangkan suatu modal konseptual untuk menghubungkan karakteristik-karakteristik dari manajer atau pemilik perusahaan dan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Hubungan tersebut di hipotesakan kedalam tiga bentuk tugas prinsip seorang pengusaha yaitu:
- a) Membentuk lingkungan daya saing
 - b) Menciptakan kapabilitas organisasi
 - c) Menetapkan tujuan-tujuan dan strategi pencapaiannya.¹⁸

Berdasarkan defines para ahli mengenai daya saing maka peneliti menarik kesimpulan bahwa daya saing merupakan kemampuan pelaku usaha dalam bersaing dan mampu bertahan dengan segala persaingan yang ada serta dapat

¹⁸ Man, Lau dan Chan (2002) dalam Donal Crestofel Lantu, Mochamad Sandy Triady, Ami Fitri Utami, Achmad Ghazali, “ *Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model* “ Jurnal Manajemen Teknologi Vol. 15, No. 1, 2016, h.78

meningkatkan pendapatan dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki.

3. UMKM

Beberapa peneliti telah mengkaji dan berusaha memberikan solusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Peneliti tersebut diantaranya dilakukan oleh Supriyanto menyimpulkan dalam penelitiannya yang ternyata UMKM mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia. Penanggulangan kemiskinan dengan cara meningkatkan pengembangan UMKM memiliki potensi yang cukup baik, karena ternyata sektor UMKM memiliki Kontribusi yang cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu menyerap lebih dari 99,45% tenaga kerja dan sumbangan terhadap PDB Sekitar 30% upaya untuk memajukan dan meningkatkan sektor UMKM akan dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja yang tentu saja akan dapat meningkatkan kesejahteraan para pekerja yang telah terlibat di dalamnya sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Dan pada akhirnya akan dapat digunakan dalam pengentasan kemiskinan.¹⁹

a. Pengertian UMKM

Secara diksi tidak diketahui pengertian baku tentang UMKM. Secara praktik UMKM sering dikaitkan dengan usaha yang memiliki keterbatasan modal. Tidak jarang pula jenis usaha ini sering kali dikaitkan dengan bisnis untuk rakyat kecil. Namun, tidak sedikit berawal dari UMKM kemudian berubah menjadi perusahaan yang maju.

¹⁹ Supriyanto (2006) dalam Yuli Rahmini Suci, “ *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia*” Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 6, No. 1, Januari 2017 h. 52

Definisi UMKM berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, menyebutkan sebagai berikut:

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.²⁰

Beberapa lembaga atau instansi memberikan definisi tersendiri pada UKM, definisi UKM yang disampaikan berbeda-beda antara lain:

Menurut Kementrian Mentri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menegkop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan:

²⁰Rio F Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* (Bandung: Refika Aditama, 2016), h.8

- 1) Usaha Kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu milyar rupiah).
- 2) Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga Negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 (dua ratus juta) sampai dengan Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja.

- 1) Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja minimal 5 sampai dengan 19 orang.
- 2) Usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

Berdasarkan keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 juni 1994 menyatakan bahwa usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 (enam ratus juta rupiah) atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 (di luar tanah bangunan yang ditempati) terdiri dari: (1) bidang usaha (Firma, CV, PT, dan Koperasi); dan (2) perorangan (pengerajin/industri rumah tangga, peternak, nelayan, petani, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).²¹

²¹ Rahmawati dkk, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: Ekuilibra, 2016), h.74

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya perbedaan antara UMI, UK, UM, dan UB umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan) omset rata-rata pertahun, atau jumlah pekerja tetap.

b. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Tabel 2.1

Karakteristik-Karakteristik Utama UMI, UK dan UM di NSB²²

No.	Aspek	UMI	UK	UM
1	Formalitas	Beroperasi di sektor informal; usaha tidak terdaftar; tidak/jarang bayar pajak	Beberapa beroperasi di sektor formal; beberapa tidak terdaftar; sedikit yang bayar pajak	Semua di sektor formal; terdaftar dan bayar pajak
2	Organisasi dan manajemen	Dijalankan oleh pemilik; tidak menerapkan pembagian tenaga kerja	Dijalankan oleh pemiliki; tidak ada IDL, MOF, ACS	Banyak yang mengerjakan manajer profesional dan menerapkan ILD,

²²Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia* (Cet. 1, Jakarta: LP3ES, 2002), h.7

		internal (ILD), manajemen dan struktur organisasi formal (MOF), system pembukaan formal (ACS)		MOF, ACS
3	Sifat dari kesempatan kerja	Kebanyakan menggunakan anggota-anggota keluarga tidak dibayar	Beberapa memakai tenaga kerja (TK) yang digaji	- Semua memakai TK di gaji - Semua memiliki sistem perekrutan formal
4	Pola/sifat dari proses produksi	Derajat mekanisasi sangat rendah/umumnya manual; tingkat teknologi sangat rendah	Beberapa memakai mesin-mesin terbaru	Banyak yang mempunyai derajat mekanisasi yang tinggi/mempunyai akses terhadap teknologi tinggi
5	Orientasi pasar	Umumnya menjual ke pasar lokal untuk	Banyak yang menjual ke pasar	Semua menjual ke pasar domestik dan banyak yang

		kelompok berpendapatan rendah	domestik dan ekspor, dan melayani kelas menengah keatas	ekspor, dan melayani kelas menengah ke atas
6	Profil ekonomi	Pendidikan rendah dan dari rumah tangga (RT) miskin; motivasi utama: <i>survival</i>	Banyak berpendidikan baik dan dari RT non-miskin; banyak yang bermotivasi bisnis/mencari profit	Sebagian besar berpendidikan baik dan dari RT makmur, motivasi utama: profit
7	Sumber-sumber dari bahan baku	Kebanyakan pakai bahan baku lokal dan uang sendiri	Beberapa memakai bahan baku impor dan mempunyai akses ke kredit formal	Banyak yang memakai bahan baku impor dan mempunyai akses ke kredit formal
8	Hubungan-	Kebanyakan	Banyak yang	Sebagian besar

	hubungan eksternal	tidak mempunyai akses ke program-program pemerintah dan tidak punya hubungan-hubungan bisnis dengan UB	punya akses ke program-program pemerintah dan punya hubungan-hubungan bisnis dengan UB (Termasuk PMA)	punya akses ke program-program pemerintah dan banyak yang mempunyai hubungan bisnis dengan UB (termasuk PMA)
9	Wanita pengusaha	Rasio dari wanita terhadap pria sebagai pengusaha sangat tinggi	Rasio dari wanita terhadap pria sebagai pengusaha cukup tinggi	Rasio dari wanita terhadap pria sebagai pengusaha sangat rendah

Kriteria usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Adapun kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 di golongan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.2
Kriteria UMKM

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Kecil	>50 juta-500 juta	>300 juta-2,5 miliar
3	Usaha Menengah	>500 juta-10 miliar	>2,5 miliar-50 miliar

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2012

Kriteria usaha kecil dan menengah berdasarkan perkembangan selain berdasar pada Undang-Undang tersebut, dari sudut pandang perkembangan usaha UMKM sampai saat ini, Rahmana mengelompokan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu:

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal, misalnya yaitu pedagang kaki lima (PKL).
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki sifat pengerajin tapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).²³

Berdasarkan total aset, total penjualan, dan status usaha, kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah, mengelompokan UMKM menjadi tiga kelompok yaitu:

- 1) Usaha mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum tercatat dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan bisnis tersebut paling banyak Rp. 100.000.000,00.
- 2) Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kriteria sebagai berikut:
 - a) Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Usaha yang memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,00.
 - c) Usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau berfiliasi baik secara langsung dengan usaha menengah atau skala besar.
 - d) Berbentuk usaha yang dimiliki orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

²³ Rahmana (2008), dalam Rahmawati dkk, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: Ekuilibria 2016), h.75

3) Usaha menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) Usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih besar Rp. 200.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.
- b) Usaha yang berdiri sendiri, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik secara langsung dengan usaha menengah atau skala besar.
- c) Berbentuk usaha yang dimiliki orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.²⁴

c. Asas dan Prinsip Pemberdayaan UMKM

Berdasarkan perundang-undangan, UMKM dalam menjalankan kegiatan pemberdayaan usahanya didasari oleh asas-asas sebagai berikut.

1) Asas kekeluargaan

Merupakan asas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan atas dasar demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan, dan kessatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

2) Asas demokrasi ekonomi

²⁴Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, *Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM* (Cet. 1, Jakarta: Raih Asa Sukse, 2009), h. 14

Merupakan pemberdayaan UMKM diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan perekonomian nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.

3) Asas kebersamaan

Merupakan asas yang mendorong peran seluruh UMKM dan dunia usahasecara bersama-sama dalam kegiatan untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

4) Asas efisiensi berkeadilan

Merupakan asas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan UMKM dengan mengedepankan efisiensi berkeadilan dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif, dan berdaya saing.

5) Asas berkelanjutan

Merupakan asas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri

6) Asas berwawasan lingkungan

Merupakan asas pemberdayaan UMKM dilakukan dengan tetap memerhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.

7) Asas kemandirian

Merupakan asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap menjaga dan mengedepankan potensi, kemampuan, dan kemandirian UMKM.

8) Asas keseimbangan kemajuan

Merupakan asas pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.

9) Asas kesatuan ekonomi nasional

Merupakan asas pemberdayaan UMKM yang merupakan bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional.²⁵

d. Peran pemerintah

Perundang-undangan memuat peran pemerintah dalam mengembangkan UMKM, antara lain dalam UU No. 20 Tahun 2008, pasal 7 ayat (1), berisi “pemerintah dan pemerintah daerah menumbuhkan iklim usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi beberapa aspek diantaranya: a) pendanaan; b) sarana dan prasarana; c) informasi usaha; d) kemitraan; e) perizinan usaha; f) kesempatan berusaha; g) promosi dagang; dan h) dukungan kelembagaan.” Pasal tersebut disusul dengan ayat (2) yang memuat “Dunia usaha dan masyarakat berperan secara aktif membantu menumbuhkan iklim usaha sebagaimana dimaksud ayat (1).” Hal ini menunjukkan bahwa UMKM telah diatur dalam undang-undang untuk tercapainya keadilan bagi masyarakat, namun hal tersebut tidak dapat dikatakan berjalan maupun berhasil jika pemerintah kurang menekankan regulasi yang berkaitan dengan perundang-undangan, masyarakat harus mampu menaati aturan-aturan yang telah disepakati sehingga apa yang telah diimpikan/diinginkan sebagai bentuk bangsa yang telah merdeka, yang berkeinginan mensejahterakan seluruh rakyat akan dapat tercapai.

²⁵Rio F.Wilantara dan Susilawati, “ *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*”, (cet.1 Bandung : Refika Aditama, 2016) h.9-10

Pada pasal 38 UU No. 20 Tahun 2008 juga ditegaskan, bahwa koordinasi, pengendalian dan pemberdayaan UMKM ada pada menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang UMKM. Saat ini menteri yang dimaksud dalam UU ini adalah menteri koperasi dan usaha kecil dan menengah, hal ini jelas bahwa setiap aturan yang telah diatur dalam Undang-Undang sudah tertata, hanya perlu kebijaksanaan pada pemerintah dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab masing-masing sesuai dengan koridor yang telah ditentukan, guna menyelesaikan segala permasalahan yang terjadi di Negara ini, baik itu sosial, budaya, politik, khususnya ekonomi yang merupakan pondasi dalam memajukan dan mensejahterakan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Pada pasal 38 ayat (2) disebutkan pula, bahwa koordinasi dan pengendalian pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah dilaksanakan secara nasional dan daerah yang meliputi penyusunan dan pengintegrasian kebijakan dan program, pelaksanaan, pemantauan, evaluasi, serta pengendalian umum terhadap pelaksanaan pemberdayaan UMKM termasuk Penyelenggaraan kemitraan usaha dan pembiayaan UMKM.²⁶

C. *Kerangka Pikir*

Gambar 2.1

Kerangka Pikir



²⁶Rio F.Wilantara dan Susilawati, “ *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*”, (cet.1 Bandung : Refika Aditama, 2016) h.10

Dari kerangka pikir di atas dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu Kreativitas nantinya akan mempengaruhi variabel terikat yaitu Daya Saing serta variabel terikat tersebut akan digabungkan sehingga nantinya akan diketahui apakah variabel bebas akan mempengaruhi variabel terikat secara simultan atau bersama-sama.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian merupakan suatu lokasi, tempat atau wilayah tertentu untuk melakukan penelitian dengan maksud memperoleh data-data yang diinginkan, tentunya data yang relevan. Penelitian akan dilaksanakan di Lapangan Pancasila Kota Palopo Sulawesi Selatan.
2. Waktu penelitian merupakan waktu yang akan digunakan peneliti, untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung. Penelitian ini sendiri dilaksanakan pada tanggal 04 Maret s.d. 04 Mei 2019.

C. Sumber Data

Adapun sumber data yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara *authentic* atau terpercaya yang bersumber dari objek penelitian individu, kelompok, atau organisasi yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan secara langsung

dengan permasalahan yang akan diteliti.¹ Untuk penelitian ini data primer didapatkan dari penyebaran kuesioner dari beberapa responden, dalam hal ini pelaku ekonomi kreatif Lapangan Pancasila di kota palopo.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis yang kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku ekonomi kreatif lapangan pancasila, yang berjumlah 166 pelaku usaha menurut data dinas pariwisata dan ekonomi kreatif di Kota Palopo.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.² Sampel memiliki kegunaan untuk meneliti dalam membantu untuk melakukan penelitian, dikarenakan sampel dapat meminimalisir penggunaan biaya dan mempersingkat jangka waktu penelitian. Ada dua teknik dalam pengambilan sampel yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*

¹Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), h. 138

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (cet.16 ; Bandung: Alfabeta, 2012), h.116

1. Probability Sampling

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk digunakan menjadi anggota sampel.

2. Nonprobability Sampling

Nonprobability sampling adalah suatu teknik dalam pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang ataupun kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang akan dipilih atau dijadikan sebagai sampel.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu sampel yang diambil berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah para pelaku ekonomi kreatif lapangan Pancasila yang memiliki kreativitas menurut Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, karena dianggap telah mampu bersaing dalam dunia usaha.

Adapun rumus dalam menentukan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan 10%

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 62 pelaku ekonomi kreatif Lapangan Pancasila di Kota Palopo.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang memiliki cirri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka berbeda dengan observasi tidak terbatas dengan orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi beberapa pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSS 22.0 *for Windows*, sebelum melakukan interpretasi terhadap hasil dari regresi dari model penelitian yang akan digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap data penelitian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah model tersebut dapat dianggap relevan atau tidak. Pengujian akan dilakukan melalui uji asumsi klasik dengan

melalui uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Semua data diolah dengan menggunakan uji regresi linear sederhana dengan menggunakan Program IBM SPSS 22.0 *For windows*.

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan kasual satu variabel bebas terhadap satu variabel tergantung. Model yang digunakan untuk melakukan analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:³

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Nilai yang diramalkan

a = Konstanta/intercept

b = Koefisien regresi/slope

X = Variabel bebas

³Dr. Suliyanto, *Ekonomitrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta : Andi, 2011) h.39.

1. Skala Pengukuran Instrumen

skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek akan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala satu-lima titik dengan panduan sebagai berikut⁴:

Sangat Tidak Setuju = 1

Tidak Setuju = 2

Tidak Berpendapat = 3

Setuju = 4

Sangat Setuju = 5

Respon terkait sejumlah poin yang menekankan konsep atau variabel tertentu dapat dianalisis per poin, namun juga memungkinkan untuk menghitung total atau penjumlahan nilai untuk setiap responden dengan menjumlahkan antara poin. Pendekatan penjumlahan umum digunakan, sehingga skala likert disebut juga dengan skala penjumlahan.

2. Uji Kualitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan Untuk mengetahui bahwa butir setiap pertanyaan valid atau tidaknya suatu kuesioner. Apabila pertanyaan ataupun pernyataan yang terdapat dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner, maka suatu kuesioner dapat

⁴Uma Sekarang dan Roger Bogue, “ *Metode Penelitian untuk Bisnis* “, (Edisi 6, Buku 2, Jakarta : Salemba 4, 2017), h. 30

dinyatakan valid. Cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui uji validitas adalah dengan membandingkan nilai *correlated item-total correlations* (r hitung). Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka pertanyaan ataupun pernyataan yang mewakili setiap indikator dapat dinyatakan valid. Jika alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat.⁵ Adapun dalam penelitian ini standar validitas yang digunakan yaitu $> 0,3$, sehingga jika pernyataan memiliki nilai $> 0,3$ maka butir pernyataan dianggap valid.⁶

Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kreativitas (X)	1	0,576	0,306	Valid
	2	0,646	0,306	Valid
	3	0,451	0,306	Valid
	4	0,490	0,306	Valid

⁵Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), h.121

⁶Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.53

	5	0,436	0,306	Valid
	6	0,403	0,306	Valid
	7	0,432	0,306	Valid
	8	0,557	0,306	Valid
	9	0,646	0,306	Valid
	10	0,556	0,306	Valid
	11	0,492	0,306	Valid
	12	0,422	0,306	Valid
	13	0,686	0,306	Valid
	14	0,653	0,306	Valid
	15	0,743	0,306	Valid
	16	0,408	0,306	Valid
	17	0,641	0,306	Valid
	18	0,644	0,306	Valid
	19	0,476	0,306	Valid
	20	0,463	0,306	Valid
	21	0,469	0,306	Valid
	22	0,487	0,306	Valid
	23	0,596	0,306	Valid
Daya Saing (Y)	1	0,557	0,306	Valid
	2	0,508	0,306	Valid
	3	0,441	0,306	Valid

	4	0,565	0,306	Valid
	5	0,516	0,306	Valid
	6	0,683	0,306	Valid
	7	0,420	0,306	Valid
	8	0,459	0,306	Valid
	9	0,733	0,306	Valid
	10	0,724	0,306	Valid
	11	0,733	0,306	Valid
	12	0,643	0,306	Valid
	13	0,539	0,306	Valid

Sumber : Oleh Data Primer SPSS Versi 22

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.⁷ Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Reliabilitas (*reliability*) pengukuran dibuktikan dengan menguji konsistensi dan stabilitas. Jika konsistensi menunjukkan seberapa baik poin (*item*) yang mengukur sebuah konsep menjadi satu sebagai sebuah kumpulan. *Cronbach's alpha* merupakan koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik poin (*item*) dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain.

⁷Kuncoro, 2003 dalam Anung Pramudyo, “ *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)*, JBMA Vol. 1, No. 1, 2012, h.8

Cronbach's alpha dapat dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi diantara poin-poin yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach's alpha* dengan 1, semakin tinggi reliabilitas konsistensi internal. Secara umum, reliabilitas kurang dari 0,60 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0,70 dapat diterima, dan reliabilitas yang melebihi 0,80 adalah baik.⁸

Adapun hasil uji Reliabilitas yang dilakukan terhadap 30 responden dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3.2

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.745	.907	23

Sumber : Oleh Data Primer SPSS Versi 22

Tabel 3.3

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.760	.911	14

Sumber : Oleh Data Primer SPSS Versi 22

⁸Uma Sekarang dan Roger Bogue, “ *Metode Penelitian untuk Bisnis* “, (Edisi 6, buku 2, Jakarta : Salemba 4, 2017), h.115

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel dependen, dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Sebaliknya, homoskedastisitas dalam penelitian terjadi jika variabel memiliki nilai yang sama.⁹ Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel tak bebas (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linear. Uji ini biasanya juga digunakan sebagai prasyarat dalam penerapan metode regresi linear.¹⁰ Variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

⁹Suliyanto. *EKONOMETRIKA TERAPAN: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: ANDI), h.97

¹⁰ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. (Edisi 1 Cet. 2 Jakarta: Bumi Aksara, 2014) h.178

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Dengan adanya nilai koefisien determinasi akan menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen.¹¹ Nilai R^2 menunjukkan koefisien determinasi yang mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel bebas secara bersama-sama.¹²

b. Uji signifikan Individual (Uji-t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5%. Adapun persyaratan uji-t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak, artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.

¹¹Purbayu Budi Santosadan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. (Ed. I; Yogyakarta: ANDI, Agustus 2007), h.144.

¹²Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Ed. III, (semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005), h.44

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Kota Palopo secara geografis terletak antara 2°53'15" - 3°04'08", Lintang selatan dan 120°03'10" - 120°14'34" Bujur timur. Kota palopo yang merupakan daerah otonomi kedua terakhir dari empat daerah otonom di Tanah Luwu, dimana disebelah utara berbantasan dengan kecamatan Walendrang Kabupaten Luwu, disebelah timur dengan Teluk Bone, disebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Bua Kabupaten Luwu sedangkan disebelah barat dengan Kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Tana Toraja. Posisi strategis ini memberikan keuntungan sekaligus memberikan kerugian secara ekonomis karena menerima beban dari arus lalu lintas yang ada.¹

2. Luas wilayah

Luas wilayah administrasi Kota Palopo sekitar 247,52 kilometer persegi atau sama dengan 0,39 persen dari luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Secara administratif Kota Palopo terbagi menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan. Sebagian besar wilayah Kota Palopo merupakan dataran rendah, sesuai dengan keberadaannya sebagai daerah yang terletak di pesisir pantai. Dari luas Kota Palopo sekitar 62,00 persen dari dataran rendah dengan ketinggian 0-500 meter

¹Badan Pusat Statistik, *Refleksi 10 tahun Kota Palopo*, 2012

dari permukaan laut, 24,00 persen terletak pada ketinggian 501-1000 meter dan sekitar 14,00 persen terletak diatas ketinggian lebih dari 1000 meter.²

B. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Data

Tabel 4.1

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.66365765
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.059
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Oleh Data Primer SPSS Versi 22

²Badan Pusat Statistik, *Kota Palopo Dalam Angka 2016*, h.35-42

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau ($0,200 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas pada penelitian ini adalah berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.737	5.216		2.059	.044
Kreativitas	-.063	.051	-.157	-1.231	.223

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Oleh Data Primer SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *uji glejser* didapatkan hasil signifikansi dari variabel Kreativitas (X) sebesar 0,223 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau ($0,223 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c) Uji Linearitas

Tabel 4.3**Hasil Uji Linearitas****ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Daya Saing * Kreativitas	Between Groups	(Combined)	1458.823	27	54.030	1.958	.032
		Linearity	450.417	1	450.417	16.324	.000
		Deviation from Linearity	1008.405	26	38.785	1.406	.174
	Within Groups		938.145	34	27.593		
	Total		2396.968	61			

Sumber : Oleh Data Primer SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji Linearitas menggunakan *uji Anova Tabel* didapatkan hasil signifikansi sebesar 0,174 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau ($0,174 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa terjadi linearitas antara variabel Kreativitas (X) terhadap Variabel Daya Saing (Y).

d) Analisis regresi sederhana

Tabel 4.4**Analisis Regresi Sederhana****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.764	8.182		3.271	.002
Kreativitas	.301	.081	.433	3.726	.000

a. Dependent Variable: Daya Saing

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 26.764 + 0,301$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar positif 26.764; artinya jika Kreativitas (X) nilainya 0, maka Daya Saing (Y) nilainya positif yaitu sebesar 26.764
- 2) Koefisien regresi variabel Kreativitas (X) sebesar positif 0,301; jika Kreativitas (X) mengalami kenaikan nilai 1, maka Daya Saing (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,301 Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kreativitas dengan Daya Saing.

2. Uji Hipotesis

a) Koefisien Determinasi (Uji-R)

Tabel 4.5

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji-R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.433 ^a	.188	.174	5.696

a. Predictors: (Constant), Kreativitas

Sumber : Oleh Data Primer SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil dari tabel model summary di atas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,188. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kreativitas memiliki pengaruh terhadap daya saing sebesar 18,8 % sedangkan sisanya sebesar 81,2 % di pengaruhi oleh variabel lain diluar dari model ini.

b) Uji signifikan Individual (Uji-t)

Tabel 4.6
Hasil Uji Signifikan Individual (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.764	8.182		3.271	.002
Kreativitas	.301	.081	.433	3.726	.000

a. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber : Oleh Data Primer SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas hasil signifikansi dari variabel kreativitas sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) dan jika di lihat dari nilai t hitung sebesar 3,726 lebih besar dari t tabel 2,0003 atau ($3,726 > 2,0003$). Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kreativitas terhadap daya saing.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh, bahwa kreativitas memiliki pengaruh terhadap peningkatan daya saing yaitu diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 3,726 dan T_{tabel} sebesar 2,0003 atau $3,726 > 2,0003$ dan nilai signifikan kreativitas sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 atau $0,000 < 0,05$ jadi dapat disimpulkan bahwa (H_0 ditolak dan H_1 di terima) sehingga dapat diartikan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh B Lena Nuryanti S dan Jajang Nurjaman mengatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh yang cukup besar pada inovasi yang dilakukan para pemilik usaha untuk kemajuan usahanya.³ Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas para pemilik usaha, maka semakin tinggi pula tingkat daya saing yang dimiliki pelaku usaha.

Berdasarkan hasil dari tabel model summary dimana diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,188. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kreativitas memiliki pengaruh terhadap daya saing sebesar 18,8 % sedangkan sisanya sebesar 81,2 % di pengaruhi oleh variabel lain diluar dari model ini, yang artinya bahwa selain variabel kreativitas ada variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan daya saing, hasil ini didapatkan dari penyebaran kuesioner, dimana jumlah pernyataan pada variabel (X) berjumlah 23, dan variabel (Y) berjumlah 13, total keseluruhan pernyataan yang terdapat di

³ B Lena Nuryanti S dan Jajang Nurjaman, “ *Pengaruh Kreativitas Terhadap Daya Saing Usaha* “ Jurnal Ad Bis Preneur, Vol. 2 No. 3 2017 h. 255

kuesioner berjumlah 36 pernyataan, dimana peningkatan daya saing tidak terlepas dari peningkatan kreativitas yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Misalnya para pelaku usaha mampu memunculkan ide sendiri dan dapat mewujudkannya, berusaha untuk menjual produk-produk yang lebih kreatif, dapat menyelesaikan permasalahan tanpa meminta bantuan secara terus menerus pada orang lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa kreativitas memegang peranan penting dalam mengembangkan maupun meningkatkan daya saing para pelaku usaha khususnya pelaku ekonomi kreatif di lapangan pancasila Kota Palopo. Namun disisi lain ada beberapa aspek dalam peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah tidak diperhatikan para pelaku usaha misalnya para pelaku usaha kurangnya berkeinginan untuk membuat usaha menjadi lebih sukses, kurangnya dorongan yang kuat untuk selalu menyukseskan usahanya. Hal ini yang menyebabkan para pelaku usaha harus bersikeras dalam peningkatan daya saing.

Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya saing dengan pengaruh yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha harus mampu mengembangkan ataupun meningkatkan kreativitas dengan melakukan inovasi secara berkelanjutan yang sudah dimiliki, agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Adanya peningkatan kreativitas yang dilakukan dengan terus menerus melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar yang berjalan sesuai dengan perkembangan zaman, maka para pelaku usaha khususnya pedagang kaki

limayang tergolong dalam usaha mikro yang terletak di lapangan pancasila dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan daya saing usahanya dan mampu bertahan dalam persaingan dunia usaha,sehingga dapat mendorong pertumbuhan perekonomian nasional dan peningkatan pendapatan masyarakat yang lebih tinggi kususnya di Kota Palopo.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, serta hasil analisis data yang dilakukan maka peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam uji parsial t diketahui nilai signifikan kreativitas $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing.

B. Saran

1. Bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah khususnya pelaku usaha yang ada di lapangan pancasila, sebaiknya selalu berusaha untuk meningkatkan kreativitas yang sudah dimiliki karena akan meningkatkan daya saing serta mampu bertahan dalam dunia usaha.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebaiknya ada pengembangan pada variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini terkait dengan pengaruh kreativitas terhadap peningkatan daya saing UMKM, serta melakukan pengembangan pada metode penelitian yang belum dilakukan oleh peneliti yakni secara kualitatif untuk mengetahui secara mendalam faktor-faktor lain yang mempengaruhi peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah selain variabel Kreativitas.

DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan Terjemahnya 2006. (Jakarta : CV. Pustaka Agung Harapan)

BPS. *Sensus Ekonomi 2016*, (Online), (<https://se2016.bps.go.id/umkumb/index.php>, diakses Senin, 11 Februari 2019).

Badan Pusat Statistik, *Refleksi 10 tahun Kota Palopo*, 2012

Badan Pusat Statistik, *Kota Palopo Dalam Angka 2016*, h.35-42

B Lena Nuryanti S dan Jajang Nurjaman, 2017 “ *Pengaruh Kreativitas Terhadap Daya Saing Usaha* “ Jurnal Ad Bis Preneur, Vol. 2 No. 3

Bunga Aditi dan Hermansyur, 2017 “*Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan*”. Jurnal manajemen tools. Vol. 7, No.1,

Council of competitiveness, Washington DC, (2006), dalam Andi Suranta Meliala, Nazaruddin Matondang, Rahmi M Sari, 2014, “ *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen* “ Jurnal Optimasi Sistem Industri, Vol. 13, No. 2

Deden A. Wahab Sya’roni dan Janivita J. Sudirham, 2012, “*Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil*”. Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 11, No. 1

Dedi Purwana, dkk, 2017 “ *pengaruh pelatihan dan kreativitas terhadap pengembangan usaha pada usaha kecil dan menengah di perkampungan industri kecil pulogadung Jakarta timur* “. Jurnal ilmiah econosains. Vol.15 No. 1

Doli (2011); Andrea (2010); Tambunan (2014), dalam B Lena Nuryanti S dan Jajang Nurjaman, 2017, “ *Pengaruh Kreativitas Terhadap Daya Saing Usaha* “ Jurnal Ad Bis Preneur, Vol. 2, No. 3

Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, 2009, *Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM* (Cet. 1, Jakarta: Raih Asa Sukse)

Hubeis (2005) dalam bunga aditia, S.E., M.Si dan H.M. Hermansyur, S.E., M.Si, 2017, ” *Pengaru Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan*“, Jurnal Manajemen Tools. Vol. 7 No. 1

Howkins (2001) dalam Suryana, 2013, *Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat)

- International Labour Organization(ILO), dikemukakan Sethuraman, dikemukakan sriyana, dalam jurnal, MohamadNur Utomo, 2017, “ *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan* “. Jurnal organisasi dan manajemen, Vol. 13, No. 2
- Imam Ghozali, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro)
- James R. Evans, 1994, *Berpikir Kreatif* (Jakarta: Bumi Aksara)
- Kuncoro, 2003 dalam Anung Pramudyo, 2012, “ *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)*, JBMA Vol. 1, No. 1
- Lena Nuryanti dan Jajang Nurjaman, 2017, “*pengaruh kreativitas terhadap daya saing usaha*“. Jurnal Ad Bis Prenuer. Vol. 2, No. 3
- Marsiana Luciana dan B. Elnath Aldi, 2018, “*Analisis Daya Saing Industri Kreatif* “. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, Vol. 9, No. 1
- Mohammad Adrian dan Dr. Hendarti Dwi Mulyaningsih, SE., MM, 2017, “ *Pengaruh Pendampingan Usaha Terhadap Kinerja UMKM* “. Jurnal e-proceeding of management. Vol. 4 No. 1
- Munandar (2012) dalam Budiman Mahmud Musthofa, 2017, “ *Transformasi Usaha Kecil Menengah Berbasis Kreativitas Seni Tradisi: Studi Kasus Saung Angklung Udjo di Bandung, Jawa Barat*”, Jurnal Pendidikan Sains Sosial dan Kemanusiaan. Vol. 10 No. 1
- Man, Lau dan Chan (2002) dalam Donal Crestofel Lantu, Mochamad Sandy Triady, Ami Fitri Utami, Achmad Ghazali, 2016, “ *Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model* “ Jurnal Manajemen Teknologi Vol. 15, No. 1
- Nuraini, Maharani, dan Andrianto (2016) dalam Winda Amilia dan Miftahul Choiron, 2017, “ *Studi Kelayakan Usaha dan Daya Saing Pada Industri Tepung Tapioka Di Kecamatan Pogalan Kabupaten Terenggelek* “ Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, Vol. 10, No. 2
- Purbayu Budi Santosadan Ashari, 2007, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. (Ed. I; Yogyakarta: ANDI)
- Rahmawati dkk, 2016, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: ekuilibra)

- Rahmana (2008), dalam Rahmawati dkk, 2016, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: Ekuilibria)
- Rio F Wilantara dan Susilawati, 2016, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* (Bandung: Refika Aditama)
- Rosady Ruslan, 2003, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers)
- Ridwan dan Sunarto, 2009, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta)
- Suliyanto. *EKONOMETRIKA TERAPAN: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: ANDI)
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis* (cet.16 ; Bandung: Alfabeta)
- Syofian Siregar, 2014, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. (Edisi 1 Cet. 2 Jakarta: Bumi Aksara)
- Tulus Tambunan, 2002, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia* (Cet. 1, Jakarta: LP3ES)
- Uma Sekarang dan Roger Bogue, 2017, “ *Metode Penelitian untuk Bisnis* “, (Edisi 6, Buku 2, Jakarta : Salemba)
- UNCTAD dan UNDP (2008) dalam Suryana, 2013, *Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat)
- World Economic Forum dalam Rio F. Wilantara dan Susilawati, 2016, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* (Cet.1, Bandung : Refika Aditama)
- Zimmerer (1996) dalam Rahmawati dkk, 2016, *Bisnis Usaha Kecil Menengah* (Yogyakarta: Ekuilibria)

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu

Pelaku UMKM, Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baso .N

NIM : 15.0401.0136

Prodi : Ekonomi Syari'ah

Merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo yang sedang menyusun sebuah skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dengan judul **“Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo”**. Oleh karena itu, mohon bantuan bapak/ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner berikut ini.

Demikianlah, saya ucapkan terima kasih atas kesediaan bapak/ibu yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Palopo, April 2019

Peneliti

Baso .N

A. Profil Responden

Mohon biodata ini diisi sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu

- Nama UMKM :
Nama Pemilik :
Pemilik UMKM : Individu/Kelompok
Alamat UMKM :
Tahun Berdiri UMKM :
Pendidikan Terakhir :
1. SD 3. SMA
2. SMP 4. S1

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Silahkan beri tanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan
3. Untuk setiap butir pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternative jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternative jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang lewat.

C. Keterangan Jawaban

- | | | |
|--------|-----------------------|----------|
| 1. SS | : Sangat Setuju | = Poin 5 |
| 2. S | : Setuju | = Poin 4 |
| 3. TB | : Tidak Berpendapat | = Poin 3 |
| 4. TS | : Tidak Setuju | = Poin 2 |
| 5. STS | : Sangat Tidak Setuju | = Poin 1 |

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TB	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kreativitas (X)						
Nilai Intelektual dan Artistik						
1	menemukan solusi terhadap masalah yang sedang di hadapi					
2	saya mampu memunculkan ide sendiri dan dapat mewujudkannya					
3	mampu mengembangkan ide yang sudah ada					
Minat Akan Kompleksitas						
4	saya menyukai sesuatu hal yang membuat saya lebih maju					
5	saya ingin bisa mengembangkan usaha sendiri					
Kepedulian Mencapai Keunggulan						
6	saya berkeinginan untuk membuat usaha ini menjadi lebih sukses					
7	saya memiliki dorongan yang kuat untuk selalu sukses dalam berwira usaha					
8	mampu membuat kombinasi-kombinasi baru untuk mengembangkan usaha					
Ketekunan						
9	berusaha untuk menjual produk-produk yang kreatif					
10	untuk berhasil orang harus berusaha keras dalam berwirausaha					
11	berusaha keras dalam melaksanakan ide yang telah dipikirkan					
Pemikiran Mandiri						
12	saya akan melakukan hal yang saya anggap benar meskipun hal itu tidak sesuai dengan orang lain					
13	dalam menyelesaikan masalah yang saya ketahui, saya tidak ingin dipengaruhi pendapat orang lain					
14	saya mempercayai kemampuan diri sendiri dalam mencari solusi dari permasalahan yang ada					
15	saya dapat memutuskan sendiri apa yang terbaik bagi usaha					

Toleransi Terhadap Keraguan						
16	tidak takut secara berlebihan jika terjadi kesalahan dalam melakukan pekerjaan					
Otonomi/Ketidak Bergantungan pada orang lain						
17	tidak berharap kepada kerabat dalam peningkatan usaha					
18	saya dapat menyelesaikan permasalahan tanpa meminta bantuan secara terus menerus pada orang lain					
19	mempertimbangkan pendapat orang lain yang lebih berpengalaman dalam mengambil keputusan					
Kepercayaan diri						
20	selalu tenang dalam menyelesaikan permasalahan					
21	produk yang saya jual, termasuk produk yang diminati konsumen					
22	saya mampu menciptakan produk baru yang tidak dimiliki oleh orang lain					
23	melibatkan diri secara aktif, ketika berdiskusi dengan konsumen					

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TB	TS	STS
		5	4	3	2	1
Daya Saing (Y)						
Inovasi						
1	saya memiliki banyak cara untuk menarik konsumen					
2	saya mempunyai cara tersendiri untuk menjual produk					
3	Saya menjual lebih dar satu jenis produk					
4	saya melakukan cara-cara baru untuk mengembangkan usaha					
5	saya mampu menciptakan produk yang bervariasi					
Lingkungan Bisnis						
6	saya melakukan survey lapangan sebelum memulai usaha					

7	saya mencari tahu produk yang sedang <i>Trend</i> (buming) saat ini					
8	memiliki usaha yang mampu bersaing dengan usaha lain					
9	menjual produk sesuai permintaan konsumen					
Teknologi						
10	saya menggunakan teknologi untuk mempermudah produksi					
11	penggunaan teknologi membantu saya dalam memproduksi produk menjadi lebih cepat					
12	penggunaan teknologi membuat produksi menjadi lebih efisien					
13	penggunaan teknologi yang baik akan menghasilkan produk yang berkualitas					

Lampiran 2

JAWABAN RESPONDEN PELAKU EKONOMI KREATIF LAPANGAN PANCASILA

No.	X																																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	X	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Y	
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	106	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	59
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	97	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	61	
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	2	3	4	5	1	4	4	5	5	5	5	97	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	60	
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	83	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	62	
6	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	2	2	4	5	4	5	4	102	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	62	
7	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	99	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	5	4	5	53	
8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	110	3	4	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	3	48	
9	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	106	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	58	
10	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	2	2	2	5	4	4	4	5	5	4	4	5	96	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	61	
11	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	2	4	88	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	44	
12	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	99	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	53	
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	110	3	4	5	5	5	5	4	4	5	1	5	5	5	56	
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	113	5	5	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	4	41	
15	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	1	1	5	4	4	4	5	94	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	56	
16	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	2	3	5	4	3	3	5	98	5	3	5	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	58	
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
18	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	101	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	54	
19	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
20	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	99	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51	
21	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	108	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	58	
22	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	99	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	57	
23	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	103	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	55	
24	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	105	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	50	
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	111	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	54	
26	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5	1	80	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	59	
27	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	96	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	57	
28	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	107	4	5	5	5	4	5	2	4	4	4	5	5	5	57	
29	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	102	4	4	5	5	5	2	4	5	3	3	3	3	3	49	
30	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	5	103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
31	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	2	2	3	4	2	1	4	4	4	4	4	85	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	56	
32	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	2	5	5	4	4	94	4	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	54	
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
35	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	105	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	59	
36	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	105	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	60	
37	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	104	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	59	
38	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	92	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	60	
39	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	105	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	62	
40	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	53	

[illegible]

Lampiran 3

DATA PELAKU EKONOMI KREATIF LAPANGAN PANCASILA 2018

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Komoditas Kuliner	Alamat Pemilik	Nomor Telpon	Keterangan
1	D'ADA	Destya Marzuki	Sop Ubi Kuah Coto - Bakso Kuah Coto	Jl. Andi Nyiwi No. 20	085 215 639 054	
2	Twins Mom	Anita	Sarabba - Ubi Goreng	Songka, Jl. Memet	082 259 037 747	
3	Opuz	Nita	Alpukat Serut - Leci Float - Chocolate Milk	Ahmad Razak	081 354 773 264	
4	D' Opuz	Sari	Green Tea - Thai Tea - Taro	Oputosappail e (Opsal)	081 242 712 546	
5	Enggar Sophie	Muliani	Sop Durian - Salad Buah	Andi Djemma	082 187 758 083	
6	Love Tea & Coffe	Pillo	Thai Tea - Green Tea	Jl. Anggrek	081 142 125 2	
7	Kebab Turki Gaeesss	Riska Maing	Kebab Sosis - Kebab Daging	Islamic Centre	082 393 269 764	
8	Pam Pam Tea	Safyi	Thai Tea - Green Tea	Perum. Dosen Uncok	082 349 088 502	
9	Kedai 1945	Ispar	Green Tea - Chocolate	Btn. Nyiur Permai	081 356 629 163	
10	W Tea	Widya / A. Apid	Green Tea-Thai Tea	Belimbing	082 271 738 383 19/081 355 088 923	
11	Hei Bol	Irsan Mustafa	Ovaltine - Nasi Bakar - Alvocado Cheese	Jl. Cakalang	081 241 216 191	
12	Bike Coffe	Eril	Aneka Coffe	Binturu	082 349 721 101	
13	Pejuang Mahar	Syamsuddin	Thai Tea Cup - Green Tea Cup	Islamic Centre	082 191 997 681/082 189 011 238	
14	Stand Biru	Isnawati	Nasi Kuning - Lontong Kari - Dadar Pla	Jl. To' Ciung	085 340 563 181	
15	Coffe 7 Cart	Rail	Aneka Coffe	Jl.Memet	082 313 791 555	
16	Es Kepal 55	Herwin	Es Kepal - Jasuke 55	Jl. Mangga	081 320 211 555	

17	Nasi Kuning Cakalang	Maya	Nasi Kuning - Nasi Kuning Ayam Rica	Jl. Salak	081 343 926 888	
18	Hikmah	Nurdiana	Siomay Bakar - Siomay Telur	Btn. Nyiur	085 251 263 741	
19	Pop Ice Kembar	Nuraini	Pop Ice	Songka	081 343 980 405	
20		Juita	Roti - Green Tea	Oputosappail e (Opsal)	081 241 260 500	Belum ada nama stand
21	Angkringan Rakyat	Tenri Ika Buana	Nasi Kucing - Sate Telur Puyu	Ahmad Razak	082 187 665 175	
22	Elifloveyou.com	Eka Pasande	Burger - Hot Dog	Gunung Terpedo	082 291 710 82	
23	Drink 4 D	Harneni	Green Tea - Thai Tea	Jl. To' Ciung	085 220 604 600	
24	Bakso Bakar Solo (Asetehe Kebocoran)	Mifta	Bakso Bakar - Thai Tea - Green Tea	Binturu	085 397 114 480	
25	Pisang Epe'	Nurlia	Coklat Keju - Pisang Epe' - Keju Susu	Jl. To' Ciung	081 355 449 820	
26	Putri	Siti Hasni	Gado-Gado - Sosis Telur	Jl. To' Ciung	085 256 497 056	
27	Delivery Order (Churros_ku)	Firaninda	Curos	Jl. Dahlia	081 355 316 945	
28	Koke	Ida Firman	Aneka Coffe - Aneka Es	Songka	082 187 865 152	
29	Marten Food' 19 Es	Sandi	Nasi Uduk - Sate Pisang	Datuk Sulaiman	082 393 269 455	
30	Ryu	Satriawan	Roti Bakar - Sosis Keju	Hartaco	082 191 395 466	
31	Coffe Reborn	Hari	Aneka Coffe	Asrama Polisi	082 344 481 998	
32	Besto	Dirga Baya Asmara	Sosis Original - Extra Pedas	Binturu	081 142 598 8	
33	Sya's Coffe	Asrina	Aneka Tea & Coffe	Yos Sudarso	085 397 722 800	
34	Jumbo 1345	Iwan Sumarsan	Sosis Bakar - Kebas	Malaja	085 342 607 445	
35	Coffe	Asdar	Aneka	Anggrek	085 398 053 013	

	Hore		Minuman			
36	Stand Flamboy an	Rukmania	Sarabba - Ubi Goreng - Sate Lontong - Pisang Nugget	Anggrek	085 256 770 252	
37	Mister Em	Arif	Eggrol - Sosis Kentang	Belimbing	085 240 240 461	
38	Rhabal Abal	Raoda	Nasi Kuning - Es Kepal	Songka	082 193 971 823	
39	Choc Suji	Irham	Yuzi Mie - Milksake	Jl. Andi Kati	082 199 943 550	
40	Nasi Bakar	Rahmat	Nasi Bakar	Jensud	085 256 666 722	
41	Bakso Bakar Musafif	Hajra	Bakso Bakar	Lagaligo	-	
42	Bakso Bakar	Maniati Bemba	Bakso Bakar Solo	Pajalesang	081 342 344 092	
43	Kembang Gula	Agus Susilo	Kembang Gula	Pajalesang	085 241 761 074	
44	Bakso Bakar	Upeyani	Varian Rasa	Jl.Lingkar	082 189 460 957	
45	C' Crepes	Mirnawati	C' Crepes	Binturu	085 342 658 696	
46	Mis Kitchen (Franchise)	Siti Rahmi Mahpuddin	Salad Buah - Puding	Mungkasa	082 192 826 504	
47	Stick Banana	Dewi Sartika	Pisang Stick	Nyiur Permai	082 348 953 815	
48		Nila (Dian)	Es Jamu - Bakso Bakar	RSS Balandai	081 355 245 175	Belum ada nama Stand
49	Dian	Dian	Soto Lontong	RSS Balandai	082 346 162 640	Belum ada nama Stand
50	Coffe Ben	Djazni Djaozah (Echos)	Aneka Minuman	Jl. Jendral Sudirman No. 121	082 195 494 884	
51	Nasi Kuning Pancasila	Pratiwi	Nasi Kuning	BTN. Merdeka	081 342 034 620	
52	Hulala	Putri Triwahyuni	Ice Cream Roll	JL. Dahlia Raya	085 255 935 222	
53	Novi	Rukmawati	Nasi Kuning - Pop Ice	Jl. Kartini	081 322 115 459	
54	Sate Taichan	Tiara	Sate Taichan	Jl. Belimbing	085 299 225 271	

55	Tea 5 D	Inzaghi	Thai Tea - Green Tea/ Aneka Minuman	Islamic Centre	082 296 387 933	
56	Thurstea (Minuman Thailand)	Dian Permatasari	Thai Tea - Green Tea - Pop Ice	Jl. Banawa	085 298 080 011	
57	Pisang Epe	Kumalasari	Pisang Epe - Salad	To' Ciung	082 291 856 924	
58	Ummu Aminah	Aminah	Telur-telur isi Sosis	Jl. Belimbing	082 291 629 377	
59	Tuuk Tea	Iqrawardana	Thai Tea - Green Tea	Manenungen	085 255 633 502	
60	Food Di	Kherul	Sosis Bakar - Bakso Bakar - Siput	Cakalang	082 345 581 838	
61		Yuni	Pop Ice - Nasi Kuning	Bogar	085 342 126 858	Belum ada nama Stand (Samping Stand Upeyani)
62	Caution (Haus Sini Melipir)	Oceng	Cendol	Andi Djemma	085 341 202 222	
63	Mantan Pacar	Erwin	Aneka Minuman	Sunga Preman	081 356 756 567	
64	Salsabila	Burhanuddin	Sosis Telur	Bogar	085 255 749 212	
65	Jari Jempol	Irayanti	Aneka Minuman	Anggrek	082 290 870 631	
66	Drink Me	Bintang	Aneka Minuman	Songka	081 242 085 027	
67	2 S	Sukma	Aneka Makanan - Aneka Minuman	Salotellue	085 298 399 439	
68	Yummy Food	Nurmila Sardewi	Tempe Mendoan - Sosis Gulung Mie	Islamic Centre	081 223 842 479	
69	Asfhia	Jayadi	Aneka Minuman	Imbara 4	082 290 537 854	
70	Utti Lolo	Nurul	Aneka Pisang	Pongsimpin	085 397 966 812	
71	Batagor & Somay Bandung	Yanti Aprianti	Batagor - Somay Bandung - Khas Sunda	Bogar	085 396 703 248	
72	Kedai Manja	Yanti	Pisang Nugget - Pisang Roll	Jl. Belimbing	082 188 341 413	

73	Zahirah	Nurfaedah	Aneka Minuman (Pop Ice)	Andi Djemma		
74	Massappoda	Raoda	Jagung Serut - Jagung Bakar - Spageti - Nasi Uduk	Anggrek	082 296 036 363	
75	Kopi - Kopi Malam	Muh. Agung	Coffe - Non Coffe - Mocktail	Bumi Permata Benteng, Benteng	082 259 111 101	
76	Gerobak Two Five	Andi Nirwan	Aneka Softdrink	Jensud Sudirman	082 293 332 406	
77	Gerobak Kopi Sespian	Ridwan	Aneka Coffe - Minuman Dingin	Bogar	085 341 775 026	
78	My Chi	Fauzi	Indomie Goreng - Nasi Ayam - Takoyaki	Mungkasa	085 256 402 010	
79	Bol - Bol Shaker Time	Ardiyanti Bakri	Aneke Minuman	Pongsimpin	085 255 719 022	
80	Stand Nabihan	Malasari	Pisang Goreng Peppe - Pisang Epe - Terang Bulan Mini - Tahu Isi - Ubi Goreng	Kompleks Cakalang Mas	085 340 982 122	
81	Angkringan Vespa Kopi	Amru Khoirul AS	Kopi	Binturu	085 298 030 060	
82	Street Coffe	Odilayangda	Aneke Minuman	Pongtiku	081 355 716 561	
83	D'Rezo	Tiana	Aneka Minuman	Lebang	081 354 651 117	
84	Capcin	Adhi Mamet	Drinks - Food	Benteng	082 188 332 883	
85	Geryukas (Gerobak Kayu Bekas)	Andi Suri Alam	Bakso Bakar - Sosis Bakar - Pisang Baper - Pisang Nugget	Ahmad Razak	085 294 441 045	
86	King Thai Tea	Mukhlis Tahir	Aneka Minuman	Salobulo (Libukang)	082 187 450 922	
87	Sokko Bampa	Sriyulianti	Sokko Bampa - Aneka Minuman	Perumnas	085 397 715 167	

88	Gerobak Dua-dua	Ahmad Azam Alimin	Aneka Minuman	Anggrek	085 343 854 600	
89	Mini Thai Tea	Iskandar	Green Tea	Bua	085 348 262 513	
90	Kaila	Asmayanti	Aneka Minuman	Sampowae	082 349 077 435	
91	Tahu Bulat Isi Ayam	Ayu	Pisang Nugget - Tahu	Sampowae	085 341 983 949	
92	Kedai Rafa	Edi	Sosis - Roti Bakar	Salobulo	085 256 012 859	
93	Salad Nadine	Kamaruddin	Salad Buah	Anggrek	082 348 626 217	
94	Dewi	Ibu Indra	Minuman Dingin (Barang Campuran)	Songka	085 398 977 171	
95	Joy Taim	Rindami Patika Isha	Ubi - Taro-Puding - Ketan Susu	Anggrek	082 187 780 943	
96	Dapur Magma	Widya	Ayam Rica	Mungkasa	085 288 888 566	
97	Jalkot WOW	Sarifa	Jalang Kote - Ubi Goreng - Sarabba	Patang/Tandi pai	081 242 385 260/082 187 976 515	
98	Three G	Erni	Nyoklat - Green Tea - Thai Tea - Taro - Strawberry	Bogar	082 290 038 383	
99	Sosis Telor	Muh. Rakib	Sosis Telur	Anggrek Blok C. No. 7	085 242 077 800	
100	Somay Tusuk	Darwis	Somay	BTN. Merdeka	085 256 838 846	
101	Twins	Reza Agus Pianda	Sosis Telur	Jl. Kelapa	082 395 007 688	
102	Nasi Kuning Abon Cakalang	Laudya	Nasi Kuning	Jl. Mangga	089 580 389 678	
103	Changcirus	Saida	Roti Maryam dll	Jl. A. Kambo	081 243 421 019	
104	Papa Dods	Dodin	Salad dan Minuman	Anggrek	085 255 808 212	
105	Queen Tea	Nurfadilla	Aneka minuman	Bogar	085 397 559 994	

106		Asmiah	Pop Ice	Jl. Salak	085 397 605 761	Belum ada nama stand
107	Decimar k Street Food	Aan	Pisang Nugget - Jalang Kote - Roti Canai	Ratulangi	081 248 896 554	
108	Tokeby Takoyaki	Darmawati	Tokeby - Takoyaki	Bogar	085 299 333 084	
109	Erang-erang Food	Frydianaliv era	Hotang	Pajalesang (Perumahan)	081 214 015 122	
110	Nur Azizah (Sostel)	Samsiara	Sosis Telur	Jl. Rambutan	085 242 533 059	
111	Sarang Palacci	Amar	Potato Twister - Potato Palacci	Songka	081 142 567 67	
112	Thai Tea Lovers	Mila Sulfitra	Thai Tea - Green Tea	Jembatan Putih	082 347 118 583	
113	Es Teler 78	Dimas	Es Telur - Sop Buah	Ahmad Dahlan	082 349 498 968	
114	Burger Lili	Lili Muliani	Sosis Telur - Burger	Batara	081 342 104 948	
115	Mailka	Yulita Kaha	Nasi Uduk - Nasi Kuning	Pattene	082 112 625 525	
116	Black White Cafe	Anita	Stick Kentang - Cappucino	Ratulangi	081 255 079 324	
117	Lapak Orange	Misnawati	Aneka Minuman - Gorengan	Cakalang Baru	081 241 105 351	
118	Kedai 45	Ekawati	Bakso Bakar - Lumpia - Kentang Goreng	Lagaligo	085 341 110 006	
119	Triple Seven	Aisah	Thai Tea - Green Tea - Bakso Bakar	Jl. Jendsud	085 299 209 351	
120	Stand 3 Putri	Mirawati/Putri	Aneka Minuman - Nugget Pisang	Cempaka	081 258 457 711	
121	Jibril	Rita Daniarti	Aneka Minuman	Merdeka	085 256 950 764	
122	Reza	Suri	Aneka Minuman - Pisang Peppe Sambal Gulmer - Ubi Goreng	Binturu	082 189 365 630	

123	Kedai 88	Risnawati	Pisang Ijo - Panada- Pisang Epe	Jl. Durian	082 293 801 886	
124	Kedai 99	Assokna	Tape Singkong Goreng - Somay	Tandipau	085 227 681 468	
125	Somay Mas Bro	Laupa	Somay	Ahmad Razak	081 242 458 407	
126	Somay	Ancu	Somay	Ahmad Razak	082 320 097 585	
127	Somay 23	Deng Lalo	Somay	Nyiur Permai	082 243 858 208	
128	Somay Okey	Daeng Kilat	Somay	Nyiur Permai	085 342 235 840	
129	Somay Halal	Syahril	Somay	Binturu	085 256 205 193	
130	Somay	Mukhtar	Siomay	Cempaka	085 340 237 656	
131	Tahu Hot	Darmila	Tahu dan Aneka Minuman	Jl. Patian Jala	082 187 011 199	
132	N2D	Mesrawati	Gorengan	BTN Hartaco	085 242 514 920	
133	Ira	Radiani	Aneka Minuman	Ahmad Yani	085 255 571 777	
134	Sari Kembang	Siti Aisyah/Aru nawati	Aneka Minuman	BTN. Rindu Alam Hartaco	082 187 753 874	
135	Wooden Terrace	Lidya Sari/Muh.R andi	Aneka Minuman dan Makanan	Jl.Dr.Ratulan gi	082 292 078 869/081 355 107 265	
136	Alsa	Haliya Sappe	Aneka Softdrink	Jl. Ahmad Dahlan	085 299 890 189	
137	Suci	Nuredah	Aneka Softdrink	Jl. Abd. Kadir Daud	085 394 295 550	
138	Pempek Lucious Kayla Pudot(Pu ding Sedot)	Andi Nurlinda	Pempek Palembang	BTN. Merdeka Non Blok No.4	081 141 286 16	
139	Ma'yan	Tanti	Pisang Peppe dan Aneka Minuman	Perum. Pajalesang Blok B/03	082 396 367 330	
140	Rara	Rahmi Indrawati	Salad Buah	Sungai Preman	085 255 827 027	

141	ERICK NAJIB	PENAMPI L PANGGU NG			`085242568484	
142		Hani Handayani	Aneka Minuman dan Bahan Campuran	BTN. Nyiur Merdeka	`085298942630	
143	Irma	Hafsari	Es Buah dan Aneka Minuman	Jl. Libukang IV RT04/RW 02	`085298039332	
144	Evi	Masitah	Es Buah dan Aneka Minuman	Jl. Libukang IV RT04/RW 03	`081330283059	
145	Dapoer Massido	Rista Suparman	Aneka Minuman dan Makanan	Jl. Andi Kambo No. 8A	`082191912200	
146	Food and Drink	Paramita	Aneka Minuman dan Makanan	Jl. Anggrek Non Blok No. 15	`08124406459	
147	Kedai MS	Fitri Nasir	Aneka Minuman dan Makanan	Jl. Cemar Rt02/ RW01, Bara		
148	Cousin Coffee	Andi Ilafi Lantang Dewa	Kopi dan Soft Drink	Jl. Bogor Blok C No. 116	`081354871612	
149	Eat Mi	Apriliani Kusuma Jaya	Rice Box dan Snack	Jl. A. Kati	`081355670846	
150	Kopi- Kopi Malam	Mohamma d Imam N	Kopi dan Teh	Perumahan Benteng F No. 1	`082259111101	
151	Top Tea	Gaung Mahardika	Teh dan Soft Drink	Jl Anggrek Blok AA No. 6	`081295785567	
152	Pink'ers Tea	Muhamma d Hartawan	Soft Drink dan Teh	BTN Hartaco Blok 1A No. 21	`085295970284	
153	Black Label	Odhi	Teh dan Puding	Jl. Andi Djemma	`085342945987	
154	Gome (Gerobak Meja)	Gian	Mocktail dan Jus	Jl. Anggrek Blok H9	`085341819914	

155		Slamet Gunawan	Nasi Kuning dan Gorengan	Jl. Opu Tosappaile	`081355390404	
156		Sri Widodo	Nasi Kuning dan Gorengan	Jl. Opu Tosappaile No. 49	`085397718900	
157		Sri Pandoyo	Nasi Kuning dan Gorengan	Djufri Tambora Malaja 2	`085341731374	
158	Galigo	Suci Dampang	Aneka Minuman	BTP. Bogar Blok A, Salekoe	`085343822976	
159	Wai ca'e	Andriani	Aneka Minuman dan Roti Bakar	Jl. Memet Songkak	`081355338338	
160		Kiki	Bakso dan Sop Ubi	Graha Jannang	`085213942887	
161	Siva Wakwaw	Mama Iyam	Nasi Uduk dan Pisang Epe	Graha Jannang	`085298454721	
162	Flick Happiness	M. Azhari Ramadhan	Aneka Minuman dan Nasi Uduk	Jl. Bangau IV, Balandai	`085145255252	
163	Stand Indah Koepoe	Eka Adriati Achmad, SE	Pastel Mie dan Paru Pedas	Jl. Mungkasa (BTN Merdeka Non blok)	`081241301330	
164	Serfi Tea & Coffee	Reza Ardian Pratama	Thai Tea, Green Tea	Jl. Anggrek No. H11	`085397821000	
165	Naurah Osdeliv	Ulfa Amrullah	Pisang Bellanda	jl. Peda-peda No. 4	`082347752740	
166	Ice Ciphut	A. Khaerul Imam	Aneka Minuman	Jl. Jend. Sudirman RT 01/01, Bua	`085399066100	

Lampiran 4

Uji Reliabilitas SPSS 22.0 for Windows

Kreativitas (X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	62	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	62	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.745	.907	23

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	8.560	3.806	100.935	97.129	26.517	405.614	23

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
196.87	316.836	17.800	23

Hotelling's T-Squared Test

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
20762.764	618.860	22	40	.000

Daya Saing (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	62	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	62	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.760	.911	14

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	8.161	4.258	57.129	52.871	13.417	198.649	14

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
114.26	157.178	12.537	14

Hotelling's T-Squared Test

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
8669.195	535.675	13	49	.000

Lampiran 5

Dokumentasi Penelitian





Riwayat Hidup



Nama : Baso .N
TTL : Cappasolo, 03 Oktober 1997
Alamat : Jl. Peda-Peda, Ponjalae Kota Palopo
No HP : 082369222137
Nama Ayah : Nurwi
Nama Ibu : Mashura

Riwayat Pendidikan :

Sekolah Dasar Negeri 134 Cappasolo di Desa Benteng, selesai pada tahun 2009. Penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di MTs Negeri Model Palopo dan selesai pada tahun 2012. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 6 Palopo, selesai pada tahun 2015. Untuk pendidikan Sarjana (S1) dilanjutkan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo pada tahun 2015, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Program Studi Ekonomi Syariah, selesai pada tahun 2019.

Pengalaman Organisasi :

Kordinator Humas Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI) 2016/2017, Kordinator Kaderisasi Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI) 2017/2018, Ketua Umum HMPS Perbankan Syariah 2017/2018, Duta FEBI IAIN PALOPO, Staf HRD Pasar Modal Syariah.